

**PENGARUH *TECHNOLOGY READINESS AND ACCEPTANCE MODEL*
(*TRAM*) TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* BCA
PADA MAHASISWA DI D.I.Y**

SKRIPSI



SKRIPSI

Ditulis oleh :

Nama: Kafka Kadhe Dewantara

Nomor Mahasiswa: 18312445

Program Studi: Akutansi

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2022

*PENGARUH TECHNOLOGY READINESS AND ACCEPTANCE MODEL (TRAM)
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN MOBILE BANKING BCA PADA MAHASISWA
DI D.I.Y*

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai
derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan
Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama: Kafka Kadhe Dewantara

Nomor Mahasiswa: 18312445

**FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH *TECHNOLOGY READINESS AND ACCEPTANCE MODEL*
(*TRAM*) TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* BCA
PADA MAHASISWA DI D.I.Y**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Kafka Kadhe Dewantara

Nomor Mahasiswa: 18312445

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal 15 Desember 2022

Dosen Pembimbing,



(Maulidyati Aisyah, S.E., M.Com(Adv).)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH TECHNOLOGY READINESS AND ACCEPTANCE MODEL (TRAM) TERHADAP MINAT
PENGUNAAN MOBILE BANKING BCA PADA MAHASISWA DI D.I.Y

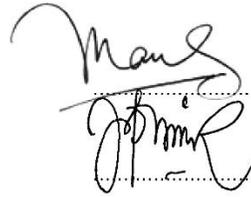
Disusun oleh : KAFKA KADHE DEWANTARA

Nomor Mahasiswa 18312445

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 11 Januari 2023

Penguji/Pembimbing Skripsi : Maulidyati Aisyah, SE., M.Com(Adv)., CMA.

Penguji : Johan Arifin, M.Si., Ph.D., CFra.



Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFra, CertIPSAS.

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 1 Februari 2023
Penulis

(Kafka Kadhe Dewantara)

MOTTO

يُسْرًا أَلْعُسْرَ مَعَ فَإِنَّ

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,

يُسْرًا أَلْعُسْرَ مَعَ إِنَّ

sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Q.S. Al Insyirah (5-6)

Impossible is nothing- Adidas



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Untuk Ayah dan Mami,

Sukanto dan Dewi Setiyowati

Yang selalu mendoakan tanpa ada puutusnya sejak saya berada di dalam kandungan hingga saat ini, serta doa adik-adik saya, dan juga teman-teman yang membantu saya selama ini

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamiin, Puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan limpahan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi berjudul “Pengaruh *Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM)* Terhadap Minat Penggunaan *Mobile Banking* BCA pada Mahasiswa di D.I.Y” sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia. Tak lupa pula penulis haturkan sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabatnya, dan seluruh ummatnya yang senantiasa istiqamah hingga akhir zaman.

Penulisan tugas akhir ini tentunya masih jauh dari kata sempurna karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Selain proses yang cukup menguras waktu dan pikiran, penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari segala bantuan, usaha, doa, serta dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Allah SWT** yang selalu memberikan kekuatan, kemudahan, kelancaran, ketentraman hati, petunjuk, hidayah, dan segala kebesaran, nikmat, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat

menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih Ya Allah atas segala hal yang selalu Engkau curahkan kepada hamba-Mu ini.

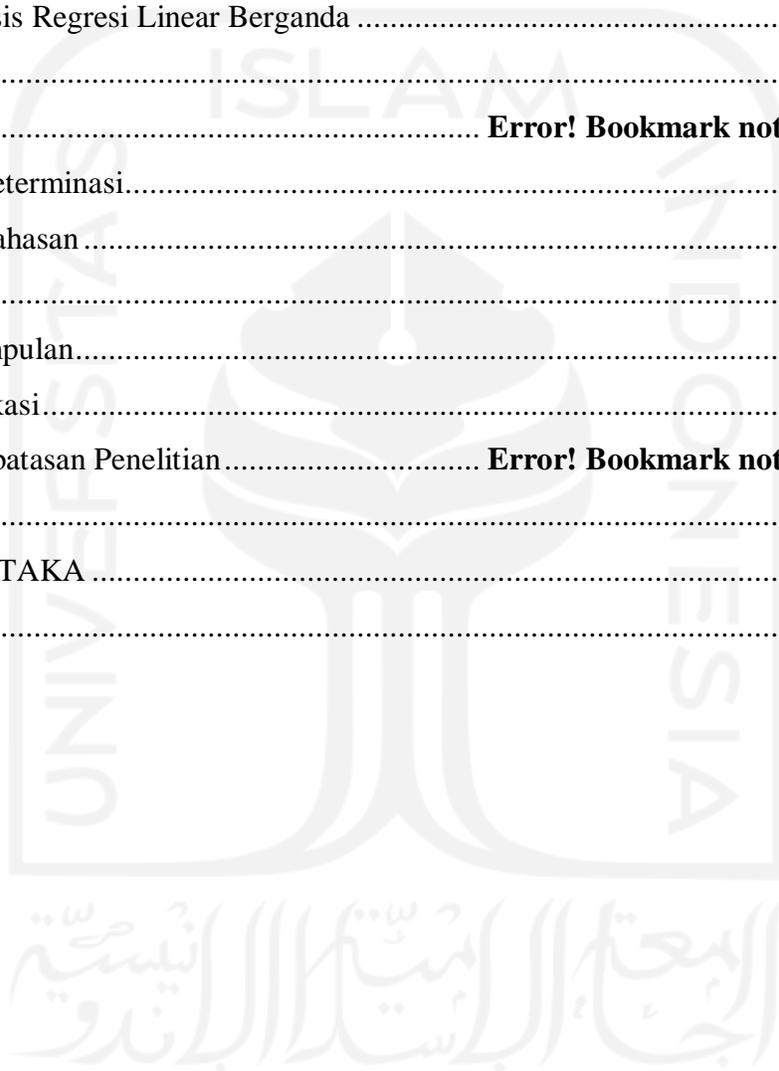
2. **Nabi Muhammad SAW** sebagai suri tauladan di muka bumi yang telah membimbing umatnya terhindar dari gelapnya kebodohan menuju zaman yang terang benderang saat ini.
3. **Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D.** selaku Rektor Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi.
4. **Bapak Johan Arifin, SE., M.Si., Ph.D.** selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi.
5. **Bapak Dekar Urumsah, S.E., S.Si., M.Com(IS), Ph.D., CFA.** selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi.
6. **Bapak Rifqi Muhammad, S.E., M.Sc., Ph.D.** selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Islam Indonesia yang telah mendukung dalam penyelesaian studi.
7. **Ibu Maulidyati Aisyah, S.E., M.Com(Adv).** selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat membantu dan selalu sabar dalam membimbing penulis, serta selalu memberikan solusi hingga terselesaikannya tugas akhir ini. Terimakasih Ibu, atas segala ilmu yang diberikan.

8. **Orang Tua penulis, Bapak Suakmta dan Ibu Dewi Setiyowati** yang setiap waktu mendoakan, memberikan kasih sayang, mendukung, memfasilitasi, dan melakukan segalanya hingga membawa penulis sampai di titik ini. Terima kasih Ayah dan Mami, semoga setiap tetes keringat perjuangan kalian dibalas oleh Allah SWT.
9. **Farras Ananda Kadhe dan Qalesya Dilara Hamemayu Kadhe serta Keluarga** terima kasih telah memberikan doa serta dukungan setiap hari agar penulis terpacu untuk dapat menjadi manusia yang bermanfaat dan membanggakan.
10. **Om Eddi Danusaputro** yang telah mendukung perkuliahan penulis secara materil sejak awal hingga akhir tahun perkuliahan. Semoga selalu diberikan kesehatan dan dilancarkan rezekinya.
11. **Teman-teman Akuntansi FBE UII Angkatan 2018 serta kakak dan adik tingkat**, atas bantuan dan pengalaman, dan pertemanan
12. **Responden** yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	10
1.5. Manfaat Penelitian	11
BAB II.....	12
2.1. Kajian Teori.....	12
2.2. Penelitian Terdahulu	19
2.3. Pengembangan Hipotesis	22
2.4. Kerangka Penelitian	30
BAB III.....	31
3.1 Populasi dan Sampel	31
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian	32
3.4 Variabel Bebas (Independen)	33
3.5 Variabel Perantara (Intervening)	36
3.6 Variabel Terikat (Dependen).....	37
3.7 Metode Analisis Data.....	38
3.8 Uji Hipotesis	42

BAB IV	45
4.1. Rangkuman Pendistribusian Kuesioner	45
4.2. Deskripsi Profil Responden.....	46
4.3. Uji Instrumen.....	47
4.4. Uji Asumsi Klasik.....	54
4.5. Analisis Regresi Linear Berganda	58
4.6. Uji-T.....	65
4.7. Uji-F.....	Error! Bookmark not defined.
4.8. Uji Determinasi.....	70
4.9. Pembahasan	71
BAB V.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Implikasi.....	82
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
5.4 Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	87



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Asal Universitas	45
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Asal Fakultas	47
Tabel 4.4 Rangkuman Uji Validitas INV	48
Tabel 4.5 Rangkuman Uji Validitas OPT	49
Tabel 4.6 Rangkuman Uji Validitas DIS	49
Tabel 4.7 Rangkuman Uji Validitas INS	50
Tabel 4.8 Rangkuman Uji Validitas PEOU.....	51
Tabel 4.9 Rangkuman Uji Validitas PEU	52
Tabel 4.10 Rangkuman Uji Validitas MP	52
Tabel 4.11 Rangkuman Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.12 Rangkuman Uji Kolmogrov-Smirnov	55
Tabel 4.13 Rangkuman Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.14 Rangkuman hasil uji glejser	57
Tabel 4.15 Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda	59
Tabel 4.16 Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda	61
Tabel 4.17 Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda	63
Tabel 4.18 Rangkuman Analisis Uji-F	69
Tabel 4.19 Rangkuman Uji-F	69
Tabel 4.20 Rangkuman Uji-F	70
Tabel 4.21 Rangkuman Uji Determinasi.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Metode TRI	13
Gambar 2 Metode TAM.....	15
Gambar 3 Kerangka Penelitian.....	30
Gambar 4 Uji Heteroskedastisitas.....	58

ABSTRACT

Indonesia as one of the countries with the most internet users in the world with a total of 174 million people shows how technologically literate Indonesian people are, especially the use of the internet in the daily lives of Indonesian people. The use of this technological advancement is also used by the banking sector in Indonesia, one of which is Bank BCA. One of the information technology-based services provided by Bank BCA and widely used by the public is Mobile banking. The purpose of this study is to know the effect of optimism, innovation, inconvenience, insecurity on the perceived ease of use and perceived of usefulness that affects the behavioral intention to use m-banking BCA. The The respondent on this study were 133 university students in the province of Yogyakarta. Primary data used was obtained from the online questionnaires. The data analysis technique used is multiple regression by using SPSS softwere. The results of this study indicate that optimism and innovation have a significant effect on perceived ease of use and perceived of usefulness, while discomfort and insecurity have a significant effect on perceived convenience but do not have a significant effect on perceived benefits. The results for perceived convenience and perceived benefits have proven to have a significant effect on interest in BCA m-banking users.

keywords: *m-banking, TRAM, TAM, use intention*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi sekarang ini tidak dapat dihindari dan telah melekat pada kehidupan sosial saat ini. Inovasi teknologi yang berkembang dengan sangat cepat membuat seluruh industri bisnis, pemerintahan, dan sosial berlomba-lomba untuk menciptakan inovasi teknologi untuk memudahkan pengguna dalam bertransaksi dan juga untuk menambahkan nilai keunggulan bersaing para perusahaan dan pelaku bisnis. Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia dengan jumlah 174 juta orang menunjukkan betapa masyarakat Indonesia telah melek teknologi, khususnya pemanfaatan internet dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Pemanfaatan kemajuan teknologi ini pun digunakan oleh sektor perbankan di Indonesia, salah satunya adalah Bank BCA. Salah satu layanan berbasis teknologi informasi yang diberikan oleh Bank BCA dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat adalah *Mobile banking*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *optimism*, *innovativeness*, *discomfort*, *insecurity* terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi manfaat yang mempengaruhi minat penggunaan *m-banking* BCA. Responden dalam penelitian ini adalah 133 mahasiswa universitas di provinsi Yogyakarta. Data primer yang digunakan didapatkan dengan menyebarkan kuisioner secara online. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi, *optimisme*, berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan dan persepsi manfaat. Sedangkan ketidaknyamanan dan ketidakamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan namun tidak berpengaruh signifikan pada persepsi manfaat. Adapun hasil untuk persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna *m-banking* BCA.

Kata kunci: *m-banking*, TAM, TRAM, minat penggunaan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi sekarang ini tidak dapat dihindari dan telah melekat pada kehidupan sosial saat ini. Inovasi teknologi yang berkembang dengan sangat cepat membuat seluruh industri bisnis, pemerintahan, dan sosial berlomba lomba untuk menciptakan inovasi teknologi untuk memudahkan pengguna dalam bertransaksi dan juga untuk menambahkan nilai keunggulan bersaing para perusahaan dan pelaku bisnis. Salah satu bidang pengembangan dan pemanfaatan teknologi di bidang keuangan adalah pengembangan bisnis. Usaha kecil seperti UKM (usaha mikro, kecil dan menengah) maupun perusahaan besar telah mengadopsi sebagian besar teknologi, meskipun hanya untuk komunikasi, transfer informasi, bahkan untuk melakukan kegiatan, kolaborasi bisnis, pengambilan keputusan. dan spesifikasi. Strategi dan Perdagangan Bisnis, Aisyah dan Eszi (2020).

Indonesia sebagai salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak di dunia dengan jumlah 174 juta orang. Bagus (2020) menunjukkan betapa masyarakat Indonesia telah melekat teknologi, khususnya pemanfaatan internet dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Pemanfaatan kemajuan teknologi ini pun digunakan oleh sektor perbankan di Indonesia, salah satunya adalah

Bank BCA. Salah satu layanan berbasis teknologi informasi yang diberikan oleh Bank BCA dan banyak dimanfaatkan oleh masyarakat adalah *Mobile banking*. Menurut I Ketut Alam Wangsawijaya selaku EVP (*Executive Vice President*) *Transaction Banking Business Development* BCA dalam wawancara yang dilakukan oleh Hendartryo (2022) mengatakan dalam beberapa tahun terakhir itu pertumbuhan transaksi digital (*BCA Mobile* dan *internet banking*), menjadi sarana transaksi terbesar. Saat ini jumlah pengguna *m-banking* BCA sebanyak 18 juta user. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank BCA telah semakin mengurangi penggunaan uang tunai dan perilaku transaksinya telah bergeser ke *internet banking*. *Mobile banking* menjadi salah satu inovasi yang telah melekat dengan kehidupan nasabah, tidak terkecuali bagi para mahasiswa. Berbagai transaksi yang semula perlu dilakukan melalui ATM bahkan teller, kini transaksi tersebut dapat dilakukan hanya melalui ponsel karena telah tersedia pada fitur *mobile banking* mulai dari transaksi finansial maupun non-finansial, cek saldo, transfer dana, hingga pembayaran tagihan. Adanya *mobile banking* juga menjadi salah satu strategi perbankan dalam memberikan layanan yang optimal kepada para nasabah. Hal ini akan menumbuhkan loyalitas dan meningkatkan keunggulan bersaing.

Menurut KPMG dalam Khadka dan Kohsuwan (2018) sekitar 1,1 miliar orang di dunia menggunakan layanan *mobile banking*, dan

penggunaannya meningkat setiap tahun. Di Indonesia *mobile banking* bukanlah hal yang asing lagi, karena telah menjadi bagian dari inovasi perbankan dalam mengikuti persaingan bisnis global. Oleh karena itu, lembaga perbankan berusaha untuk melayani pelanggan mereka secara memuaskan dengan menyediakan fungsionalitas perbankan dalam bentuk layanan *mobile banking* untuk melakukan transaksi atau melakukan bisnis. Berdasarkan catatan OJK, jumlah pengguna jasa perbankan daring (*SMS banking, phone banking, mobile banking* dan *internet banking*) di Indonesia meningkat sebesar 270% dari 13,6 juta nasabah pada 2012 menjadi 50,4 juta nasabah pada 2016. Sementara frekuensi transaksi pengguna e-banking meningkat 169% dari 150,8 juta transaksi pada 2012 menjadi 405,4 juta transaksi di 2016. D.I. Yogyakarta sebagai salah satu kota besar kalau DIY itu provinsi, yang merupakan kota adalah Yogyakarta di Indonesia dengan jumlah mahasiswa sebanyak 266.491 menjadi salah satu penyumbang terbesar penggunaan *Mobile banking*. Saat ini hampir seluruh mahasiswa D.I. Yogyakarta telah menggunakan *smartphone* dan lekat dengan perilaku digitalisasi tak terkecuali penggunaan *m-banking*.

Salah satu kelebihan *m-banking* adalah menggunakan jaringan pengaman ganda atau berlapis, yaitu dari operator yang menyediakan jaringan seluler dan jaringan perbankan itu sendiri, sehingga tidak perlu dikhawatirkan penggunaannya. Namun, *m-banking* masih memiliki

kelemahan. Dengan kata lain, itu tergantung pada ketersediaan jaringan seluler operator. Layanan *m-banking* tidak dapat berjalan jika tidak ada open spot atau jaringan yang tersedia. Kemajuan teknologi yang semakin pesat ini mengundang eksplorasi yang menarik mengenai topik penerimaan dan reaksi pengguna terhadap teknologi informasi selama beberapa dekade terakhir, terutama mengenai penerimaan dan pengguna teknologi informasi.

Berkaitan dengan perkembangan teknologi seperti *mobile banking*, maka diperlukan penelitian mengenai penerimaan teknologi terbaru agar penggunaan dan kemudahan layanan yang ditawarkan dapat digunakan secara efektif oleh para nasabah. Dalam meneliti kesiapan konsumen dalam menggunakan dan menerima teknologi biasanya diukur dengan metode *Technology Readiness Index* (TRI), *Technology Acceptance* (TAM), dan *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM). Metode TRI mampu membedakan dengan baik antara pengguna dan bukan pengguna sebuah teknologi TRI dapat mengategorikan pengguna berdasarkan keyakinan positif dan negatif mereka tentang teknologi yang lebih kompleks dan futuristik. TRI adalah ukuran kesediaan pengguna untuk merangkul dan menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan mereka dalam kehidupan dan pekerjaan sehari-hari, Susanto et al. (2021). Teori ini memiliki empat variabel dasar, yaitu optimisme, inovasi, kecemasan, dan

ketidakamanan. Optimisme dan inovasi merupakan komponen (positif) terdepan dalam TRI, sedangkan kecemasan dan ketidakpastian merupakan komponen penghambat (negatif) Parasuraman 2000 dalam TRI Aisyah dan Eszi (2020). Menurut Andayani dan Ono (2020) Optimisme adalah pandangan optimis seseorang terhadap penggunaan teknologi, meyakini bahwa teknologi menawarkan kontrol yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam kehidupan. *Innovativeness* (kemampuan berinovasi) adalah pandangan optimis seseorang terhadap penggunaan teknologi, meyakini bahwa teknologi menawarkan kendali, efisiensi dan efektivitas yang lebih baik dalam kehidupan. Sedangkan komponen negatif yaitu discomfort (ketidaknyamanan) adalah menggambarkan kurangnya penguasaan terhadap penggunaan teknologi sehingga seseorang merasa terbebani terhadap penggunaan teknologi tersebut. *Insecurity* (Rasa Tidak Aman) adalah kurangnya kepercayaan seseorang terhadap integritas teknologi seperti keamanan data serta ketersediaan (*availability*) teknologi sehingga menimbulkan keraguan atas penggunaan teknologi

Andayani dan Ono (2020) Metode lain yang digunakan adalah *Technology Acceptance Model* (TAM). TAM merupakan salah satu model yang dibangun untuk menganalisis dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi diterimanya penggunaan teknologi. Menurut Susanto et al. (2021) Model TAM Indonesia dilakukan oleh sifat

masyarakat yang melihat manfaat dan kemudahan yang dibawa oleh teknologi bahkan sebelum mereka berniat untuk menggunakan teknologi tersebut. Terdapat tiga faktor yang memengaruhi penggunaan sebuah sistem sesuai yang diusulkan yaitu Andayani dan Ono (2020):

- Kegunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja mereka di tempat kerja.
- Kemudahan penggunaan yang dirasakan, tingkat di mana seseorang percaya bahwa sistem seharusnya tidak sulit untuk digunakan.
- Niat untuk menggunakan, kecenderungan perilaku untuk menggunakan teknologi.

Metode ketiga yakni *Technology Readiness and Acceptance Model* (TRAM) merupakan model gabungan antara TRI dan TAM. Pengaplikasian *Technology Readiness dan Acceptance Model* dalam penelitian dapat mengidentifikasi atau memahami proses psikologis pengguna terhadap penerimaan sebuah produk atau sistem berbasis teknologi. TRAM mampu menjelaskan dan menghubungkan dari sisi sudut pandang pendapat pribadi (*optimism, innovativeness, discomfort, insecurity*) dan cara kerja sebuah teknologi (*Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use*) pada pengadopsian dalam kehidupan penggunanya (*Intention to Use*) (Aripradono 2021).

Penelitian terdahulu yang menguji TRAM model terhadap pembayaran online antara Jerman dan Afrika yang dilakukan Khadka dan Kohsuwan (2018) di mana ditemukan hasil bahwa *optimism* dan Ketidaknyamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan, tetapi *optimisme* dan ketidaknyamanan belum terbukti berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Kepribadian konsumen, kognitif dan dimensi perilaku memiliki dampak yang signifikan terhadap adopsi layanan *mobile banking* di antara konsumen orang Jerman. Analisis kecocokan studi penelitian ini memastikan bahwa pemahaman adopsi teknologi *mobile banking* di antara pengguna (termasuk tingkat kepuasan dan loyalitas mereka) membutuhkan sebuah pendekatan yang menyeluruh. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Martens et al. (2017) menemukan hasil bahwa ketiga indikator TRI memiliki pengaruh signifikan terhadap *perceived of use* dan *perceived ease of use*. *Perceived of Use* memiliki pengaruh paling kuat pada minat penggunaan m-payment dan *optimisme* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *Perceived of Use*. Dalam fase pengembangan sistem m-payment, misalnya, selama pengembangan aplikasi yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran dengan ponsel mereka, perusahaan harus fokus pada fungsi-fungsi yang paling bermanfaat bagi pengguna akhir. Pada saat yang sama, mereka harus memperhatikan pengalaman pengguna, contohnya kemudahan

penggunaan sistem, karena hal ini akan memengaruhi kegunaan yang dirasakan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Buyle et al. (2018) menemukan bahwa variabel *perceived usefulness* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna sedangkan variabel *perceived ease of use* berpengaruh signifikan terhadap minat penggunaan data standard.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini akan meneliti faktor-faktor yang memengaruhi minat penggunaan *m-banking* menggunakan TRAM sehingga penelitian ini mengambil judul “PENGARUH *TECHNOLOGY READINESS AND ACCEPTANCE MODEL* (TRAM) TERHADAP MINAT PENGGUNAAN *MOBILE BANKING* BCA PADA MAHASISWA DI D.I.Y”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *optimism* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*?
2. Apakah *innovativeness* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*?
3. Apakah *discomfort* berpengaruh terhadap persepsi *perceived ease of use*?
4. Apakah *insecurity* berpengaruh terhadap *perceived ease of use*?
5. Apakah *optimism* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*?
6. Apakah *innovativeness* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*?
7. Apakah *discomfort* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*?
8. Apakah *insecurity* berpengaruh terhadap *perceived usefulness*?
9. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh terhadap minat penggunaan *m-banking* BCA?
10. Apakah *perceived usefulness* berpengaruh terhadap minat pengguna *m-banking* BCA?

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada penelitian ini antara lain:

1. Subjek penelitian adalah mahasiswa yang berkuliah di daerah D.I Yogyakarta.
2. Mahasiswa yang menggunakan *m-banking* BCA minimal satu kali dan sebulan.

1.4. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *optimisme* terhadap *perceived ease of use*
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *innovativeness* terhadap *perceived ease of use*
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *discomfort* terhadap *perceived ease of use*
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *insecurity* terhadap *perceived ease of use*
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *optimisme* terhadap *perceived usefulness*
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *innovativeness* terhadap *perceived usefulness*
7. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *discomfort* terhadap *perceived usefulness*

8. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *insecurity* terhadap *perceived usefulness*
9. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *perceived ease of use* terhadap minat penggunaan *m-banking* BCA
10. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari *perceived usefulness* terhadap minat pengguna *m-banking* BCA

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pengguna

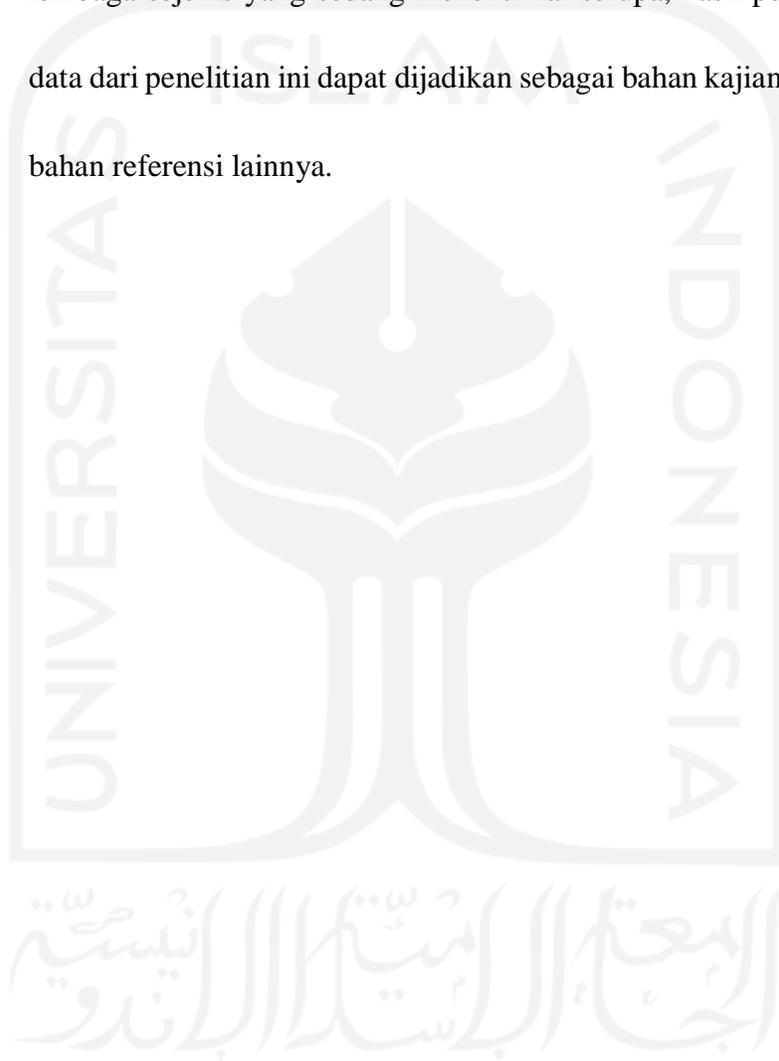
Penelitian ini diharapkan akan dapat memberikan pengetahuan dasar terhadap pengguna terkait pengaruh dari *optimism*, inovatif, ketidaknyaman, dan ketidakamanan terhadap *perceived usefulness* dan *perceived ease of use* di mana dapat menimbulkan minat penggunaan *m-banking* BCA.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi untuk membantu perbankan menggunakan sistem *m-banking* dan inovasi digital selanjutnya secara jujur dan patuh dalam bisnis mereka, dan untuk meningkatkan keinginan mereka untuk menggunakan *m-banking*.

3. Bagi Akademisi

Studi ini memberikan pemahaman kepada pembaca tentang bagaimana perkembangan ekonomi mengintegrasikan sistem informasi dan teknologi. Dengan demikian, bagi peneliti dan lembaga sejenis yang sedang meneliti hal serupa, hasil pengolahan data dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian teori dan bahan referensi lainnya.



BAB II KAJIAN PUSTAKA

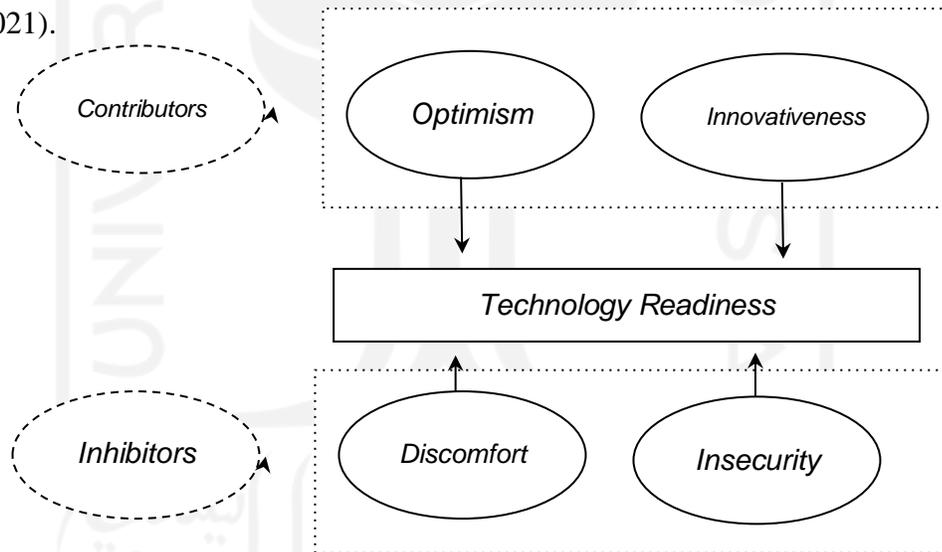
2.1. Kajian Teori

2.1.1. *Technology Readiness Index (TRI)*

Technology Readiness Index (TRI) diperkenalkan pertama kali oleh Parasuraman pada tahun 2000, Andayani dan Ono (2020). Kesiapan Teknologi (TR) mengacu pada kecenderungan orang untuk merangkul dan menggunakan teknologi baru untuk mencapai tujuan dalam kehidupan rumah dan di tempat kerja. Martens et al. (2017). Penelitian mendapatkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara skor kesiapan teknologi dan perilaku terkait teknologi yang berkaitan dengan kepemilikan, penggunaan, dan keinginan menggunakan teknologi Parasuraman 2000 dalam Khadka dan Kohsuwan (2018).

Teori ini memiliki empat variabel dasar, yaitu *optimisme*, inovasi, kecemasan, dan ketidakamanan. *Optimisme* dan inovasi merupakan komponen (positif) terdepan dalam TRI, sedangkan kecemasan dan ketidakpastian merupakan komponen penghambat (negatif) Parasuraman 2000 dalam TRI Aisyah dan Eszi (2020). Menurut Andayani dan Ono (2020) *Optimisme* adalah pandangan optimis seseorang terhadap penggunaan teknologi, meyakini bahwa teknologi menawarkan kontrol yang meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam kehidupan. *Innovativeness* (kemampuan berinovasi) adalah pandangan optimis seseorang terhadap

penggunaan teknologi, meyakini bahwa teknologi menawarkan kendali, efisiensi dan efektivitas yang lebih baik dalam kehidupan. Sedangkan komponen negatif yaitu *discomfort* (ketidaknyamanan) adalah menggambarkan kurangnya penguasaan terhadap penggunaan teknologi sehingga seseorang merasa terbebani terhadap penggunaan teknologi tersebut. *Insecurity* (Rasa Tidak Aman) adalah kurangnya kepercayaan seseorang terhadap integritas teknologi seperti keamanan data serta ketersediaan (*availability*) teknologi sehingga menimbulkan keraguan atas penggunaan teknologi. Berikut gambaran dari konsep TRI yang penulis jadikan sebagai acuan pada penelitian ini di mana diadopsi dari penelitian Susanto et al. (2021).



Gambar 1
Metode TRI

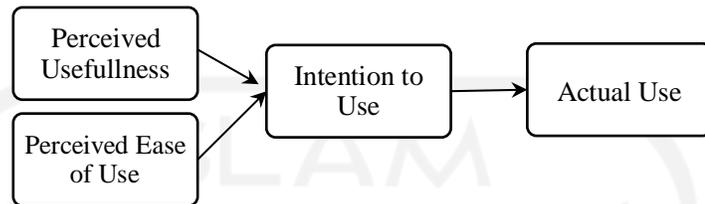
2.1.2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

TAM merupakan metode yang dikembangkan oleh Davis di tahun 1989 dalam Susanto et al. (2021) yang bertujuan untuk menjelaskan suatu faktor yang menentukan penerimaan masyarakat terhadap suatu teknologi secara umum dan menjelaskan mengapa suatu sistem dari teknologi tersebut dapat memengaruhi penerimaan masyarakat Susanto et al. (2021). TAM bertujuan untuk memberikan penjelasan tentang faktor umum adopsi komputer yang dapat menjelaskan perilaku pengguna di berbagai teknologi komputasi pengguna akhir dan kelompok pengguna, sekaligus terlalu pelit dan sehat secara teoritis Aisyah dan Eszi (2020). Terdapat tiga faktor yang memengaruhi penggunaan sebuah sistem sesuai yang diusulkan yaitu Andayani dan Ono (2020):

- Kegunaan yang dirasakan adalah sejauh mana seorang individu percaya bahwa menggunakan sistem dapat meningkatkan kinerja mereka di tempat kerja.
- Kemudahan penggunaan yang dirasakan, tingkat di mana seseorang percaya bahwa sistem seharusnya tidak sulit untuk digunakan.
- Niat untuk menggunakan, kecenderungan perilaku untuk menggunakan teknologi.

Kemudahan penggunaan yang dirasakan dan persepsi seseorang tentang manfaat teknologi terbaru dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal, yang disebut dalam TAM sebagai variabel eksternal Aisyah dan Eszi (2020). Gambar 2

merupakan model TAM yang digunakan pada penelitian ini yang diadopsi dari penelitian (Andayani & Ono, 2020).



Gambar 2
Metode TAM

2.1.3. Readiness and Acceptance Model (TRAM)

TRAM (*Technology Readiness and Acceptance Model*) merupakan hasil terhubung atau penggabungan konsep TAM dan TRI. Model ini menjelaskan bagaimana individu yang siap dapat memengaruhi koneksi individu, pengalaman, dan penggunaan teknologi baru, Aisyah dan Eszi (2020). Dalam TR (*Technology Readiness*) dibagi menjadi dua kelompok variabel yaitu *optimisme* dan inovasi sebagai variabel yang memengaruhi, kecemasan dan ketidakpastian sebagai variabel penghambat. Variabel-variabel tersebut memengaruhi variabel turunan dari TAM, yaitu *perceived ease of use* dan *perceived usefulness*, yang memengaruhi niat pengguna untuk menggunakan teknologi tersebut, Hadisuwarno dan Bisma (2020).

Optimisme adalah sikap positif terhadap teknologi baru dan melihat manfaat teknologi dalam meningkatkan efisiensi kerja dan meningkatkan

kinerja (Panday, Wibowo, & Mardiah, 2019). Khadka dan Kohsuwan (2018) mengatakan bahwa *optimisme* adalah sikap positif terhadap teknologi dengan keyakinan bahwa teknologi dapat memberikan kontrol, fleksibilitas dan efisiensi yang lebih besar dalam kehidupan pengguna. Apabila terdapat teknologi yang dapat memberikan kemudahan dan keuntungan maka hal ini sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Tentu saja, pengguna optimis menggunakan teknologi untuk membangkitkan pandangan positif yang berorientasi pada teknologi dan mau memanfaatkannya.

Inovatif merupakan sikap di mana pengguna cenderung menjadi pencetus teknologi dan pemimpin pemikiran, Khadka dan Kohsuwan (2018). Intinya variabel ini merupakan indikator model TRI memediasi kepercayaan positif dan *optimisme* untuk memperoleh motivasi teknologi Aisyah dan Eszi (2020). Berkembangnya aplikasi-aplikasi dan banyaknya pemikiran untuk menggunakan aplikasi tersebut untuk memudahkan kehidupan sehari-hari merupakan salah satu bukti nyata bahwa masyarakat memiliki pemikiran inovatif terhadap teknologi.

Martens et al. (2017) *Insecurity* atau ketidaknyamanan, mengacu pada ketidakpercayaan terhadap transaksi berbasis teknologi dan keraguan tentang fungsionalitas teknologi. Ketika terdapat rasa tidak aman dan kurang percaya terhadap teknologi, maka pengguna akan cenderung memilih untuk tidak

menggunakan dan mencoba teknologi tersebut kecuali dalam kondisi yang diwajibkan atau terpaksa.

Ketidaknyamanan (*Discomfort*) dirasakan kurangnya kontrol teknologi dan merasa kewalahan karenanya Martens et al. (2017). Pengguna yang merasa tidak nyaman mungkin memerlukan bantuan untuk menggunakannya, atau umumnya memilih teknik yang lebih sederhana, Aisyah dan Eszi (2020). Kecemasan ini menimbulkan perasaan pesimis dan kurangnya inovasi pada masyarakat, teknologi baru cenderung dipandang kompleks, dan menimbulkan persepsi bahwa menggunakan teknologi tidak cukup mudah.

Persepsi Kemudahan Penggunaan (*Perceived Ease of Use*) Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada persepsi pengguna tentang berapa banyak pekerjaan yang diharuskan untuk memanfaatkan sistem atau teknologi baru yang digunakan, Liu et al., (2019). Ketika seseorang percaya fakta bahwa teknologi dapat digunakan dengan mudah atau dengan sedikit usaha meningkatkan minat untuk menggunakan teknologi tersebut, Sitinjak dan Joan (2019).

Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan) persepsi kebermanfaatan (*perceived usefulness*) didefinisikan sebagai sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem

(contoh: sistem pembayaran elektronik) dapat meningkatkan kinerjanya, Lai (2017).

2.1.4. Mobile banking

Mobile banking merupakan inovasi teknologi informasi yang memberikan layanan secara online di mana para nasabah dapat melakukan berbagai transaksi perbankan finansial maupun non-finansial hanya melalui *smartphone*. Saat ini hampir seluruh perbankan menyediakan fasilitas *mobile banking* untuk memudahkan transaksi yang akan dilakukan oleh para nasabah tak terkecuali Bank BCA. Hal ini juga diharapkan mampu menumbuhkan loyalitas nasabah terhadap bank. Berdasarkan catatan OJK, jumlah pengguna online banking (SMS banking, phone banking, *mobile banking* dan internet banking) di Indonesia meningkat 270% menjadi 13,6 juta nasabah pada 2012 dan 50 juta nasabah pada 2016. D.I. Yogyakarta sebagai salah satu kota besar di Indonesia dengan jumlah mahasiswa sebanyak 266.491 menjadi salah satu penyumbang terbesar penggunaan *m-banking*.

2.1.5. Minat Penggunaan (Behavioural Intention)

Minat penggunaan merupakan perilaku untuk memanfaatkan suatu teknologi, Sitingjak dan Joan (2019). Desvronita (2021) Minat penggunaan merupakan kecenderungan individu dalam menggunakan sebuah sistem, sehingga individu tersebut yakin dan tetap terus dalam menggunakan sistem tersebut. Aisyah dan Eszi (2020), Minat penggunaan merupakan sebuah perilaku yang ditampilkan dan diperoleh setelah paparan oleh kegunaan yang

dirasakan dan kemudahan penggunaan teknologi baru. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa seseorang akan berminat untuk menggunakan sebuah teknologi apabila ia meyakini bahwa teknologi tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dan teknologi tersebut juga dapat digunakan dengan mudah atau dengan usaha yang minim, Sitinjak dan Joan (2019). Perilaku yang ditunjukkan dapat berupa perilaku yang positif maupun perilaku yang negatif

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Khadka dan Kohsuwan (2018) di mana dalam penelitian ini menggunakan TRAM dengan integrasi kepuasan pelanggan dan loyalitas untuk menilai perilaku adopsi *mobile banking* di antara pengguna khususnya pada negara Jerman. Penelitian ini menggunakan TRI sebagai variabel independen, kepuasan pelanggan dan loyalitas sebagai variabel dependen, dan juga menggunakan TAM sebagai variabel *intervening*. Hasil yang ditemukan dari penelitian ini antara lain: *Optimisme* dan ketidaknyamanan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan. Inovatif berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Hasil dari variabel *intervening* yakni persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kegunaan, sedangkan pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan pelanggan terbukti berpengaruh signifikan.

Dalam pengaruh *optimisme* terhadap persepsi kegunaan layanan *mobile banking* Khadka dan Kohsuwan (2018) mengungkapkan bahwa manajer harus mengalokasikan sumber daya pemasaran mereka dan berupaya menciptakan

pandangan optimis di antara konsumen, terkait dengan teknologi *mobile banking*. Dengan cara ini mereka dapat secara positif memengaruhi kognisi pengguna *mobile banking* dan meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas mereka. Temuan hubungan antara ketidaknyamanan dan persepsi kemudahan penggunaan sehubungan dengan kegunaan yang dirasakan dari teknologi *mobile banking* menunjukkan bahwa penyedia layanan *mobile banking* harus memahami dan menganalisis setiap komponen dari keseluruhan layanan dan memperbaiki bagian-bagian yang dapat merugikan konsumen menggunakan jasa tersebut (Khadka dan Kohsuwan, 2018).

Penelitian lainnya dilakukan Martens et al. (2017) di mana meneliti penggunaan *mobile payment* di Jerman dan Afrika menggunakan metode TRAM dengan menggunakan minat pengguna sebagai variabel dependen. Dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa beberapa variabel TRI 2.0 memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi penggunaan dan persepsi kemudahan penggunaan *m-payment*. Pada kedua negara persepsi kegunaan memiliki pengaruh yang paling signifikan terhadap minat pengguna dan *optimisme* memiliki pengaruh paling signifikan terhadap persepsi kegunaan.

Dalam fase pengembangan sistem *m-payment*, misalnya, selama pengembangan aplikasi yang memungkinkan pengguna melakukan pembayaran dengan ponsel mereka, perusahaan harus fokus pada fungsi-fungsi yang paling bermanfaat bagi pengguna akhir. Pada saat yang sama, mereka harus

memperhatikan *user experience*, yaitu kemudahan penggunaan sistem, karena faktor ini akan memengaruhi Persepsi Kegunaannya (Martens et al., 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh Hasanah et al. (2020) yang khusus meneliti kesiapan dan penerimaan *user* SIMTEKNIK yang merupakan sistem baru yang digunakan oleh Mahasiswa tingkat akhir Informatika UMM. Ditemukan hasil bahwa *optimisme*, inovatif memiliki pengaruh positif terhadap persepsi kemudahan penggunaan SIMTEKNIK. Sedangkan ketidaknyamanan dan berpengaruh negatif terhadap persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan SISTEKNIK. Adapun hasil dari Persepsi kemudahan penggunaan SIMTEKNIK berpengaruh positif terhadap persepsi kegunaan.

Penelitian oleh Buyle et al. (2018) yang meneliti minat penggunaan *Data Standards* pada *Smart Cities* menggunakan metode TRAM menemukan hasil bahwa tidak semua indikator TRI memberikan pengaruh yang signifikan terhadap indikator TAM dan juga pada variabel minat pengguna. Inovatif terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pengguna. Sedangkan ketidaknyamanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan namun tidak ada pengaruh terhadap persepsi kemudahan penggunaan. Indikator *insecurity* dan *optimisme* terbukti tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan maupun persepsi kemudahan penggunaan. Pada variabel persepsi kemudahan penggunaan ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap minat penggunaan *data standards*.

Penelitian oleh Hadisuwarno dan Bisma (2020) yang meneliti penerimaan pengguna aplikasi e-Kinerja pada kepolisian mendapatkan hasil di mana dalam rangka mengetahui penerimaan pengguna E-Kinerja di wilayah Polresta persepsi kemudahan (*ease of use*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*), inovasi (*ability to innovate*) berpengaruh positif terhadap citra kemudahan (*perceived usability*), *insecurity* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*, *Optimism (Optimisme)* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usability*, *Perceived Usability* berpengaruh positif terhadap *Perceived Usefulness*, dan *Perceived Usefulness* berpengaruh positif terhadap niat penggunaan (*Intention to use*).

2.3. Pengembangan Hipotesis

2.3.1 *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) pada penggunaan *m-banking* BCA

Salah satu dari empat dimensi TRI ialah *innovativeness* yang merupakan dimensi positif yang di mana mengacu pada sejauh mana individu tertarik untuk bereksperimen dengan teknologi baru dan menjadi pelopor dalam mencoba produk atau layanan berbasis teknologi terbaru, (Simiyu dan Kohsuwan, 2019). Semakin tinggi rasa ingin tahu pengguna dalam mencoba teknologi baru maka pengguna akan merasakan kemudahan dalam mengoperasikan atau menggunakan teknologi *m-banking* BCA.

Berdasarkan penelitian terdahulu (Khadka dan Kohsuwan, 2018), Hasanah et al. (2020), Buyle et al. (2018), (Hadisuwarno dan Bisma, 2020) mendapatkan hasil di mana dimensi inovatif berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan. Berdasarkan penelitian terdahulu berikut maka penulis merumuskan hipotesis:

H₁: *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) pada penggunaan *m-banking* BCA

2.3.2 *Optimism* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) pada penggunaan *m-banking* BCA

Salah satu dari empat dimensi TRI ialah *optimism* di mana dimensi ini mencerminkan pandangan positif dari pengguna teknologi di mana penggunaan teknologi secara optimis mampu meningkatkan kendali dan efisiensi melalui penerapan teknologi terkemuka secara terbuka dan memperhatikan sisi positifnya dalam kehidupan manusia, (Simiyu dan Kohsuwan, 2019). Jika pengguna semakin terbuka dalam mengadopsi teknologi *m-banking* BCA maka pengguna akan semakin merasakan kemudahan dalam penggunaan *m-banking* tersebut.

Penelitian terdahulu mendapatkan hasil di mana terdapat pengaruh signifikan dari variabel *optimisme* terhadap persepsi kemudahan ditemukan oleh (Buyle et al. ,2018) dan (Martens et al., 2017). Berdasarkan penelitian terdahulu berikut maka penulis merumuskan hipotesis:

H₂: *Optimism* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) pada penggunaan *m-banking* BCA

2.3.3 *Discomfort* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) pada penggunaan *m-banking* BCA

Salah satu dari empat dimensi TRI ialah *discomfort* atau ketidaknyamanan. Dimensi ini merupakan dimensi negatif. *Discomfort* mencerminkan kurangnya pengawasan yang dirasakan oleh pengguna atas teknologi dan perasaan tidak aman karena teknologi terbaru (Martens et al., 2017). Semakin tinggi rasa tidak nyaman atau kewalahan yang dirasakan pengguna ketika menggunakan teknologi *m-banking* BCA maka kemudahan dalam penggunaan *m-banking* BCA akan cenderung tidak didapatkan oleh pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh Buyle et al. (2018) di mana ditemukan hasil bahwa ketidaknyamanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan. Hasil ini berbeda dengan yang didapatkan oleh Hasanah et al. (2020) di mana variabel *discomfort* memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan. Berdasarkan hasil tersebut maka penulis merumuskan hipotesis:

H₃: *Discomfort* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) pada penggunaan *m-banking* BCA

2.3.4 *Insecurity* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) pada penggunaan *m-banking* BCA

Salah satu dari empat dimensi TRI adalah *insecurity*. Dimensi ini merupakan ketidakpercayaan tentang kemampuan teknologi dan keraguan tentang fungsionalitas teknologi untuk memecahkan masalah, (Panday at al., 2019). Tingginya perasaan tidak percaya terhadap teknologi *m-banking* BCA yang dirasakan oleh pengguna maka akan menurunkan rasa kemudahan dalam menggunakan teknologi *m-banking* BCA.

Penelitian yang dilakukan oleh Khadka dan Kohsuwan (2018) mendapatkan hasil bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara dimensi *insecurity* terhadap persepsi kemudahan. Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Martens et al. (2017) pada wilayah Jerman ditemukan hasil bahwa dimensi *insecurity* berpengaruh signifikan terhadap persepsi kemudahan pengguna. Berdasarkan hasil tersebut maka penulis merumuskan hipotesis:

H₄: *Insecurity* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kemudahan (Perceived Ease of Use) pada penggunaan *m-banking* BCA

2.3.5 *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (Perceived Usefulness) pada penggunaan *m-banking* BCA

Salah satu dari empat dimensi TRI ialah *innovativeness* yang merupakan dimensi positif yang di mana mengacu pada sejauh mana seseorang tertarik

untuk bereksperimen dengan teknologi dan menjadi pelopor dalam mencoba produk atau layanan berbasis teknologi terbaru, (Simiyu dan Kohsuwan, 2019). Semakin tertarik pengguna dalam mencoba teknologi baru seperti *m-banking* BCA maka akan semakin memberikan rasa manfaat pada pengguna.

Penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Khadka dan Kohsuwan (2018) mendapatkan hasil bahwa dimensi inovatif tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi kegunaan. Hasil ini berbeda dengan temuan yang didapatkan oleh Buyle et al. (2018) di mana terdapat pengaruh signifikan antara dimensi inovatif dan persepsi kegunaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ini maka penulis merumuskan hipotesis:

H₅: *Innovativeness* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan *m-banking* BCA

2.3.6 *Optimism* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan *m-banking* BCA

Salah satu dari empat dimensi TRI ialah *optimism* di mana dimensi ini mencerminkan pandangan positif dari pengguna teknologi di mana penggunaan teknologi secara optimis dapat meningkatkan kontrol dan efisiensi dengan menerapkan teknologi baru secara terbuka dan memperhatikan aspek positifnya dalam kehidupan manusia (Simiyu dan Kohsuwan, 2019). Tingginya rasa *optimisme* dalam menggunakan teknologi

m-banking BCA akan meningkatkan manfaat yang diperoleh oleh pengguna *m-banking* BCA.

Penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Khadka dan Kohsuwan (2018), Martens et al. (2017), dan Buyle et al. (2018) mendapatkan hasil di mana terdapat pengaruh signifikan antara dimensi *optimisme* dan persepsi kegunaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ini, maka penulis merumuskan hipotesis:

H₆: *Optimism* berpengaruh positif terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan *m-banking* BCA

2.3.7 *Discomfort* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan *m-banking* BCA

Salah satu dari empat dimensi TRI ialah *discomfort* atau ketidaknyamanan. Dimensi ini merupakan dimensi negatif. *Discomfort* mencerminkan kurangnya kendali yang dipegang atas teknologi dan perasaan kewalahan karena teknologi terbaru Martens et al. (2017). Semakin tinggi rasa ketidaknyamanan dalam menggunakan *m-banking* BCA maka akan mengurangi rasa manfaat yang dirasakan oleh pengguna *m-banking* BCA.

Penelitian yang telah dilakukan oleh Martens et al. (2017), dan Khadka dan Kohsuwan (2018) menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara dimensi ketidaknyamanan terhadap persepsi kegunaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ini maka penulis merumuskan hipotesis:

H₇: *Discomfort* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan *m-banking* BCA

2.3.8 *Insecurity* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan *m-banking* BCA

Salah satu dari empat dimensi TRI adalah *insecurity*. Dimensi ini merupakan ketidakpercayaan keterampilan teknologi dan keraguan tentang kelayakan teknologi dalam memecahkan masalah (Panday et al., 2019). Semakin tinggi rasa ketidaknyaman yang dirasakan oleh pengguna *m-banking* BCA maka akan mengurangi rasa manfaat yang dirasakan oleh pengguna *m-banking* BCA.

Penelitian yang dilakukan oleh Buyle et al. (2018) diperoleh hasil bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dari dimensi *insecurity* terhadap persepsi kegunaan. Hasil ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu oleh Hadisuwarno dan Bisma (2020) diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *insecurity* dan persepsi kegunaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ini maka penulis merumuskan hipotesis:

H₈: *Insecurity* berpengaruh negatif terhadap Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) pada penggunaan *m-banking* BCA

2.3.9 Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *m-banking* BCA

Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengacu pada seberapa mudah pengguna potensial mengharapkan sistem tersebut. *Perceived Ease of Use* teknologi mengungkapkan keyakinan seseorang bahwa penggunaan sistem teknologi informasi tidak menimbulkan masalah atau masalah yang serius dalam penggunaannya Liu et al, (2019). Kemudahan penggunaan yang dirasakan oleh para pengguna akan memengaruhi minat dalam menggunakan teknologi *m-banking* BCA.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu oleh (Sitinjak dan Joan, 2019), dan Liu et al, (2019) ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh signifikan antara persepsi kemudahan terhadap minat penggunaan *m-banking* BCA. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka penulis merumuskan hipotesis:

H₉: Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease of Use*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *m-banking* BCA

2.3.10 Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *m-banking* BCA

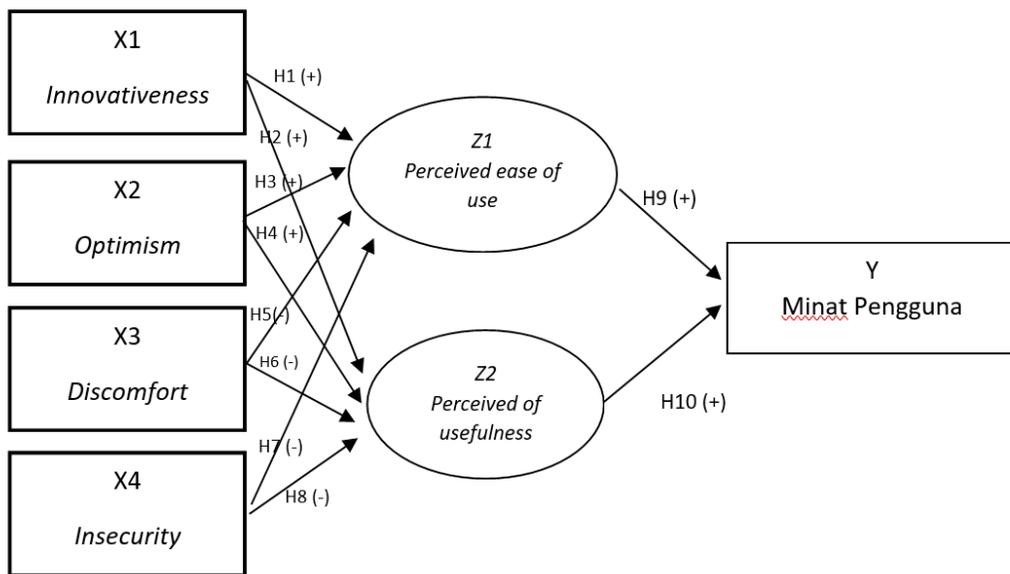
Perceived Usefulness (Persepsi Kegunaan) didefinisikan sebagai sebuah pandangan subjektif pengguna terhadap seberapa besar kemungkinan penggunaan sebuah sistem (contoh: sistem pembayaran elektronik) dapat meningkatkan kinerjanya Liu et al, (2019). Manfaat yang dirasakan oleh pengguna ketika menggunakan *m-banking* akan memengaruhi minat untuk menggunakan teknologi *m-banking* BCA bagi pengguna.

Berdasarkan hasil penelitian oleh Hadisuwarno dan Bisma (2020), Susanto et al (2021) diperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel persepsi kegunaan terhadap minat penggunaan. Berdasarkan hasil berikut maka penulis merumuskan hipotesis:

H₁₀: Persepsi Kegunaan (*Perceived Usefulness*) berpengaruh positif terhadap minat penggunaan *m-banking* BCA

2.4. Kerangka Penelitian

Berikut adalah kerangka penelitian yang digunakan pada penelitian ini:



Gambar 3
Kerangka Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan area yang terdiri dari objek atau objek yang memiliki jumlah dan ciri yang telah ditentukan oleh peneliti dengan tujuan untuk diteliti dan disimpulkan, Sugiyono (2017). Menurut Handayani (2020), populasi adalah totalitas dari setiap elemen yang akan diteliti yang memiliki ciri sama, bisa berupa individu dari suatu kelompok, peristiwa, atau sesuatu yang akan diteliti. Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu mahasiswa yang berkuliah di Universitas yang berada di D.I Yogyakarta yang menggunakan *m-banking* BCA.

Menurut Sekaran dan Bougie (2017) Sampel terdiri atas sebagian jumlah anggota yang diambil dari populasi. Adapun untuk sampel penelitian ini adalah mahasiswa di daerah D.I Yogyakarta yang menggunakan *m-banking* BCA. Teknik yang digunakan untuk menetapkan sampel yaitu dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah terkecil sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sepuluh kali dari jumlah maksimum indikator pengukuran suatu variabel (Hair, Ringle, & Sarstedt, 2011), sehingga perhitungan jumlah minimum sampel yang diperlukan adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \text{total indikator terbanyak} \times 10 \\ &= 6 \times 10 \\ &= 60 \text{ sampel}\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka didapatkan jumlah paling sedikit sampel dalam penelitian ini yaitu 60 sampel.

3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Sumber data yg dipakai pada penelitian ini merupakan asal data utama. Sumber data utama merupakan asal data yg pribadi tersedia bagi pengumpul data, Sugiyono (2017). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berjenis data primer. Data primer yang digunakan didapatkan dari kuesioner yang dibuat dan disebarakan melalui *Google Form*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan kuesioner yang dibagi menjadi dua bagian yaitu bagian data pribadi responden yang bertujuan untuk mengetahui asal universitas responden. Bagian kedua adalah bagian indikator-indikator yang dimaksudkan untuk menguji variabel-variabel yang digunakan pada penelitian. Daftar pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner diperoleh dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah pernah diujikan dengan beberapa pengembangan oleh peneliti sebenarnya. Indikator diuji dengan menggunakan modifikasi skala likert dengan 4 skala jawaban, yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

3.3 Definisi dan Pengukuran Variabel Penelitian

Pada penelitian ini terdapat tiga jenis variabel yang digunakan yaitu variabel bebas (independen), variabel penghubung (*intervening*) dan variabel terikat (dependen). Variabel independen pada penelitian ini adalah *optimism*, *innovativeness*, *discomfort*, dan *insecurity*. Adapun untuk variabel perantara pada penelitian ini adalah *perceived of useness* dan *perceived ease to use*. Sedangkan

untuk variabel dependen penelitian ini adalah minat penggunaan *m-banking* BCA

3.4 Variabel Bebas (Independen)

3.1.1. *Optimism (Optimisme)*

Variabel *optimisme* adalah sikap positif terhadap teknologi baru dan keyakinan di mana teknologi meningkatkan pengendalian, fleksibilitas, dan efisiensi hidup, Khadka dan Kohsuwan (2018). Variabel *optimism* memiliki enam pertanyaan yang diadopsi dari Simiyu dan Kohsuwan (2019) antara lain:

- Saya lebih leluasa dalam aktivitas saya ketika menggunakan *m-banking* BCA
- *M-banking* menentukan keseharian saya
- Saya yakin bahwa sistem berbasis teknologi mampu beroperasi sesuai yang saya perintahkan
- Produk dan layanan dengan teknologi terkini lebih nyaman digunakan
- Aplikasi *M-banking* lebih efisien karena menggunakan inovasi terkini. Aplikasi *m-banking* membuat saya menjadi lebih efisien dalam melakukan transaksi keuangan saya.

3.1.2. *Innovativeness (Inovatif)*

Variabel kemampuan berinovasi adalah kecenderungan untuk menjadi pelopor teknologi dan pemimpin pemikiran, Khadka dan Kohsuwan (2018). Variabel inovatif ini memiliki enam indikator pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Khadka dan Kohsuwan (2018) antara lain:

- Teman-teman saya datang kepada saya untuk menanyakan pendapat saya tentang teknologi baru
- Biasanya, saya termasuk yang pertama di lingkaran pertemanan saya yang menggunakan teknologi baru saat teknologi itu rilis
- Saya mencari informasi tentang teknologi baru tanpa bantuan eksternal
- Saya menikmati tantangan menciptakan gadget berteknologi tinggi
- Saya memiliki lebih sedikit masalah dibandingkan pengguna teknologi lainnya
- Saya lebih suka menggunakan teknologi tercanggih yang ada

3.1.3. *Discomfort* (Ketidaknyamanan)

Variabel ketidaknyamanan adalah persepsi kurangnya kontrol terhadap teknologi dan perasaan terbebani oleh teknologi Khadka dan Kohsuwan (2018). Pada variabel *discomfort* terdapat enam indikator pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Simiyu dan Kohsuwan (2019) indikator pertanyaan tersebut antara lain:

- Terkadang, saya berpikir bahwa sistem teknologi *m-banking* tidak dirancang untuk digunakan oleh orang biasa
- Layanan bantuan pengguna *m-banking* di ponsel tidak membantu saya karena menjelaskan hal-hal yang tidak saya mengerti
- Teknologi baru seperti *m-banking* membuat pemerintah dan

perusahaan terlalu mudah untuk memata-matai orang

- Jika saya memberikan informasi saya ke sistem, saya tidak akan pernah yakin apakah hal tersebut benar-benar sampai di tempat yang tepat
- Teman-teman saya belajar lebih banyak tentang teknologi terbaru daripada saya
- Saya merasa malu ketika mengalami kesulitan saat melakukan transaksi keuangan melalui *m-banking*

3.1.4. *Insecurity* (Ketidakamanan)

Variabel *Insecurity* mewakili ketidakpercayaan terhadap teknologi, yang berasal dari skeptisisme tentang kemampuannya untuk bekerja dengan baik dan kekhawatiran tentang konsekuensi yang berpotensi membahayakan (Martens et al., 2017). Variabel *insecurity* digambarkan dalam enam indikator pertanyaan yang diadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Simiyu dan Kohsuwan (2019). Indikator pertanyaan tersebut antara lain:

- Orang terlalu bergantung pada teknologi untuk melakukan apapun
- Saya merasa tidak aman memberikan informasi pribadi melalui internet
- Saya khawatir bahwa orang lain dapat menyalahgunakan informasi yang saya berikan melalui Internet
- Jika terjadi sesuatu secara otomatis dalam sistem teknis, saya harus hati-hati memeriksa apakah ada kesalahan dalam sistem

- Setiap transaksi yang saya lakukan secara online harus dikonfirmasi setelahnya
- Dukungan pengguna Mobile-bank tidak membantu saya karena menjelaskan hal-hal yang tidak saya mengerti

3.5 Variabel Perantara (Intervening)

Menurut Sugiyono (2017) variabel *intervening* (Z), merupakan variabel penyela/antara yang terletak di antara variabel bebas dan variabel terikat, sehingga variabel bebas tidak langsung memengaruhi berubahnya atau timbulnya variabel terikat. Variabel perantara yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel *perceived ease to use* dan *perceived usefulness*.

3.5.1 Perceived ease to use (Persepsi Kemudahan)

Persepsi kemudahan penggunaan mengungkapkan keyakinan seseorang bahwa menggunakan sistem TI bukanlah hal yang mudah atau membutuhkan usaha yang besar. (Aisyah & Eszi, 2020). Persepsi kemudahan memiliki empat indikator pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Sitinjak dan Joan (2019) antara lain:

- Menurut saya belajar menggunakan *m-banking* mudah bagi saya
- Menurut saya menggunakan *m-banking* jelas dan dapat dipahami
- Menurut saya menggunakan *m-banking* dengan mahir mudah bagi saya
- Saya merasa bahwa aplikasi *m-banking* mudah digunakan

3.5.2 *Perceived usefulness* (Persepsi Kegunaan)

Persepsi kegunaan Adalah suatu tingkatan di mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tersebut dapat meningkatkan kinerjanya dalam bekerja (Andayani dan Ono, 2020). Terdapat lima indikator pertanyaan yang digunakan dalam menggambarkan variabel persepsi kegunaan. Lima indikator pertanyaan ini diadopsi oleh penelitian Andayani and Ono (2020) antara lain:

- Menggunakan *m-banking* memungkinkan untuk bertransaksi lebih cepat
- Menggunakan *m-banking* dapat meningkatkan produktivitas saya
- Menggunakan *m-banking* meningkatkan performa saya dalam pekerjaan saya
- Menggunakan *m-banking* memberikan kemudahan dalam pekerjaan saya
- Secara menyeluruh menggunakan *m-banking* berguna dan bermanfaat untuk saya

3.6 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat yang digunakan pada penelitian ini adalah minat pengguna. Minat pengguna adalah kecenderungan perilaku untuk menggunakan suatu teknologi, Andayani dan Ono (2020). Variabel minat pengguna pada penelitian ini memiliki tiga indikator pertanyaan yang diadopsi dari penelitian Simiyu dan Kohsuwan (2019) dan Andayani dan Ono (2020)

antara lain:

- Saya berniat untuk menggunakan *m-banking*
- Saya berharap penggunaan *m-banking* saya dapat berlanjut di masa depan
- Saya akan merekomendasikan *m-banking* kepada orang di sekitar saya

3.7 Metode Analisis Data

Setelah pengumpulan data dengan kuesioner selesai, data yang terkumpul dievaluasi. Proses analisis data dimulai dengan memeriksa semua data yang dikumpulkan sebagai bagian dari proses survei Aisyah dan Eszi (2020).

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh setelah survei valid dengan menggunakan alat ukur (kuesioner) yang digunakan. Uji validitas item dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *Product Moment* dari Pearson sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(N\sum X^2) - (\sum X)^2\} \{(N\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi

n = jumlah responden uji coba

X = skor tiap item

Y = skor seluruh item responden uji coba

Pengujian validitas ini dilakukan menggunakan SPSS dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

Nilai r hitung dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*

3.7.2 Uji Reabilitas

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana data pengukuran memberikan hasil yang relatif konsisten ketika pengukuran diulang pada subjek yang sama. Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kondisi alat ukur atau kuesioner (kuesioner) sesuai dengan Sugiyono (2017). Menurut Sugiyono (2017), instrumen yang reliabel adalah ketika datanya serupa pada titik waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel artinya alat yang memberikan data yang sama ketika digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama, uji reliabilitas survei menggunakan yang sama. prosedur seperti pemeriksaan validitas. Reliable artinya konsisten atau stabil, meteran mengacu pada handal apabila hasil meterannya konsisten sehingga dapat dipercaya.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap indikator pertanyaan yang telah lulus uji validitas dan dilakukan dengan menggunakan alat uji SPSS. Nilai reliabilitas dinyatakan dengan

koefisien Alpha Cronbach berdasarkan kriteria batas terendah reliabilitas adalah 0,6. Bila kriteria pengujian terpenuhi maka kuesioner dinyatakan reliable. Setelah melakukan uji instrumen penelitian, maka tahap selanjutnya adalah memilih metode analisis data yang digunakan dan melakukan pengujian terhadap hipotesis penelitian. Uji reliabilitas, dihitung dengan menggunakan rumus alpha sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan :

r = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item

σ_i^2 = Jumlah varians skor tiap item

σ_t^2 = Varians total

3.7.3 Analisis Deskriptif Statik

Ghozali (2018) menyatakan bahwa statistik deskriptif memberikan gambaran suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, *kurtosis* dan *skewness*. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran tentang demografi peserta survei dan deskripsi variabel survei untuk menghasilkan distribusi frekuensi yang menunjukkan nilai minimum, maksimum, dan mean (median) untuk setiap variabel survei

Aisyah dan Eszi (2020).

3.7.4 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen maupun dependen mempunyai distribusi yang normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah regresi yang distribusi normal atau mendekati normal Ghozali (2018). Alasan utama dilakukannya uji normalitas adalah perlunya peneliti terhadap populasi atau data yang sebelumnya berdistribusi normal. Untuk menguji normalitas peneliti menggunakan uji satu sampel Kolmogorov-Smirnov dengan syarat jika $Asymp. Sig. > 0,05$ data berdistribusi normal, Ghozali (2018).

3.7.5 Uji Heterokedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat perbedaan varian dari satu residual ke residual lainnya dalam model regresi. Jika salah satu residual sama dengan residual yang lain disebut homoskedastis, tetapi jika variansnya berbeda disebut heteroskedastis (Ghozali, 2018). Salah satu cara untuk menentukan apakah ada heteroskedastisitas adalah dengan melihat plot antara nilai prediksi variabel dependen ZPRED dan residual SRESID. Terdapat atau tidaknya heteroskedastisitas bisa dideteksi dengan memeriksa apakah terdapat pola tertentu pada distribusi antara SRESID dan ZPRED, di mana sumbu Y adalah prediksi Y dan sumbu X adalah *Studentized*

residual (Y prediksi Y).

3.7.6 Uji Multikolinearitas

Analisis Multikolinearitas merupakan regresi di mana terdapat hubungan linear antara kedua variabel. Metode VIF dilakukan untuk memeriksa terjadinya multikolinearitas atau tidak. Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa konsep regresi bebas dari multikolinearitas. Sebaliknya, jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,05 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, berarti terdapat multikolinearitas yang tinggi antar variabel independen (Ghozali, 2018).

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji-F atau Uji Ketepatan Model (*Goodness of Fit*)

Uji-F digunakan untuk menentukan efek secara bersama-sama. Uji ini dilakukan untuk memberikan bukti dari hasil hipotesis pertama, kemudian uji F digunakan untuk menguji hasil dari koefisien regresi. Uji simultan adalah uji statistik terhadap koefisien regresi yang memengaruhi Y secara simultan atau bersama-sama.

Kriteria hasil uji-f adalah sebagai berikut :

- H_0 diterima apabila $p \text{ value} > 0,05$
- H_1 ditolak apabila $p \text{ value} < 0,05$

3.8.2 Uji-T

Digunakan dalam menguji hipotesis secara terpisah dengan uji t yaitu adanya pengaruh secara parsial/individu. Kriteria uji-t adalah sebagai berikut :

- H_0 diterima (H_1 ditolak) apabila $p \text{ value} > 0,05$
- H_0 ditolak (H_1 diterima) apabila $p \text{ value} < 0,05$

3.8.3 Koefisien Determinasi

Ghozali (2018) Dalam analisis regresi terdapat koefisien determinasi berganda yang dapat digunakan sebagai ukuran untuk menentukan kesesuaian garis regresi yang diperoleh, semakin besar R^2 (R-squared) maka semakin kuat daya penjas model regresi yang diperoleh dengan kondisi aktual. Jika R^2 sama dengan 1 maka 100% fungsi regresi menjelaskan variasi nilai Y, sebaliknya jika nilainya 0 maka model yang digunakan sama sekali tidak mendekati nilai Y, dikatakan model fit lebih baik bila nilai R^2 mendekati satu.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Rangkuman Pendistribusian Kuesioner

Penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang sedang berkuliah di Daerah Istimewa Yogyakarta dilakukan secara online menggunakan Google Form. Jumlah kuesioner yang diisi oleh responden adalah 150 dan diolah lebih lanjut dan dijadikan data adalah sebanyak 133 dikarenakan ada 17 responden yang tidak memenuhi syarat seperti tidak mengisi data diri dengan lengkap atau jelas, serta tidak menjawab seluruh pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Rincian jumlah responden yang telah mengisi kuesioner berdasarkan asal universitas dapat dilihat pada tabel 4.1

No.	Asal Universitas	Jumlah Responden
1	Universitas Islam Indonesia	120
2	Universitas Gadjah Mada	4
3	Universitas Muhammadiyah Yogyakarta	5
4	Universitas Ahmad Dahlan	2
5	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2
Total		133

Tabel 4.1

Tabel Jumlah Responden Berdasarkan Asal Universitas

4.2. Deskripsi Profil Responden

Deskripsi dari profil responden dalam penelitian ini antara lain: jenis kelamin dan asal fakultas. Rangkuman deskripsi dari profil responden telah dirangkum pada tabel 4.2

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (%)
1	Perempuan	56.1%
2	Laki- Laki	43.9%

Tabel 4.2

Tabel Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun profil berdasarkan asal fakultas responden pada penelitian ini telah dirangkum pada tabel 4.3.

No.	Asal Fakultas	Frekuensi (%)
1	Fakultas Bisnis dan Ekonomika	44%
2	Fakultas Hukum	16%
3	Fakultas Psikologi	9%
4	Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan	14%
5	Fakultas Teknik Industri	9%

6	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam	8%
---	---	----

Tabel 4.3

Tabel Profil Responden Berdasarkan Asal Fakultas

4.3. Uji Instrumen

4.3.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji data yang dilakukan pada isi dari sebuah instrumen yang tujuannya adalah untuk mengetahui ketepatan instrumen yang digunakan pada penelitian. Adapun hasil uji validitas instrumen pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Pada variabel kapasitas inovasi (INV) dengan jumlah $n = 133$ dan nilai signifikansi 5% diperoleh nilai r -tabel sebesar 0,1432. Angka R yang diperoleh dari pengolahan data dengan SPSS terangkum pada Tabel 4.4 yang menunjukkan hasil lebih besar dari 0,1432, sehingga disimpulkan bahwa variabel inovasi adalah valid.

	R-Hitung
INV1	0,591
INV2	0,665
INV3	0,628

INV4	0,679
INV5	0,665
INV6	0,664

Tabel 4.4

Rangkuman Uji Validitas INV

- b. Pada variabel *optimism* (OPT) dengan jumlah $n= 133$ dan nilai signifikan 5% maka nilai r -tabel adalah 0,1432. R hitung yang diperoleh melalui olah data menggunakan SPSS dirangkum pada tabel 4.5 menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,1432 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *optimism* adalah valid

	R-Hitung
OPT1	0,664
OPT2	0,680
OPT3	0,618
OPT4	0,697
OPT5	0,632
OPT6	0,454

Tabel 4.5

Rangkuman Uji Validitas OPT

- c. Pada variabel *discomfort* (DIS) dengan jumlah $n= 133$ dan nilai signifikan 5% maka nilai r-tabel adalah 0,1432. R hitung yang diperoleh melalui olah data menggunakan SPSS dirangkum pada tabel 4.6 menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,1432 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *discomfort* adalah valid.

	R-Hitung
DIS1	0,723
DIS2	0,660
DIS3	0,684
DIS4	0,651
DIS5	0,713
DIS6	0,675

Tabel 4.6

Rangkuman Uji Validitas DIS

- d. Pada variabel *insecurity* (INS) dengan nilai $n= 133$ dan pada nilai signifikan 5% diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,1432. Angka

R yang diperoleh dari pengolahan data dengan SPSS dirangkum dalam Tabel 4.7 dan menunjukkan nilai lebih besar dari 0,1432 untuk menyimpulkan bahwa variabel ketidakpastian valid.

	R-Hitung
INS1	0,625
INS2	0,805
INS3	0,724
INS4	0,676
INS5	0,524
INS6	0,573

Tabel 4.7

Rangkuman Uji Validitas INS

- e. Pada variabel *Perceived ease to use* (PEOU) dengan nilai $n= 133$ dan nilai signifikan 5%, maka nilai r tabel adalah 0,1432. Angka R yang diperoleh dari pengolahan data dengan SPSS terangkum pada Tabel 4.8 dan nilainya lebih besar dari 0,1432, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Perceived ease to use* adalah valid.

	R-Hitung
PEOU1	0,907
PEOU2	0,870
PEOU3	0,903
PEOU4	0,871

Tabel 4.8

Rangkuman Uji Validitas PEOU

- f. Pada variabel *Perceived of usefulness* (PEU) dengan nilai $n= 133$ dan pada nilai signifikan 5% diperoleh nilai r-tabel sebesar 0,1432. Angka R yang diperoleh dari pengolahan data dengan SPSS terangkum pada Tabel 4.9 yang menunjukkan hasil lebih besar dari 0,1432, sehingga dapat diputuskan bahwa variabel “*perceived usefulness*” adalah valid.

	R-Hitung
PEU1	0,662
PEU2	0,835
PEU3	0,879

PEU4	0,865
PEU5	0,803

Tabel 4.9

Rangkuman Uji Validitas PEU

g. Pada variabel *use intention* (MP) dengan nilai $n = 133$ dan nilai signifikan 5% maka nilai r -tabel adalah 0,1432. R hitung yang diperoleh melalui olah data menggunakan SPSS dirangkum pada tabel 4.10 menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,1432 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *use intention* adalah valid.

	R-Hitung
MP1	0,910
MP2	0,938
MP3	0,890

Tabel 4.10

Rangkuman Uji Validitas MP

4.3.3. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas yang telah dilakukan untuk mengetahui sejauh mana sebuah instrumen bisa dipercaya. Besar kecilnya reliabilitas sebuah instrumen ditunjukkan dari nilai koefisien reliabilitas. Pada penelitian ini digunakan koefisien (α) dengan jumlah yang lebih tinggi atau dengan jumlah yang sama dengan 0.361.

- a. Uji reliabilitas pada variabel *innovativeness* (INV) nilai α sebesar $0,722 > 0,361$. Pada hasil ini terlihat bahwa kuesioner tersebut reliabel dan dapat dipercaya.
- b. Uji reliabilitas pada *optimism* (OPT) nilai α sebesar $0,680 > 0,361$. Pada hasil ini terlihat bahwa kuesioner tersebut reliabel dan dapat dipercaya.
- c. Uji reliabilitas pada *discomfort* (DIS) nilai α sebesar $0,769 > 0,361$. Pada hasil ini terlihat bahwa kuesioner tersebut reliabel dan dapat dipercaya.
- d. Uji reliabilitas pada *insecurity* (INS) nilai α sebesar $0,721 > 0,361$. Pada hasil ini terlihat bahwa kuesioner tersebut reliabel dan dapat dipercaya.
- e. Uji reliabilitas pada *perceived ease of use* (PEOU) nilai α sebesar $0,910 > 0,361$. Pada hasil ini terlihat bahwa kuesioner tersebut reliabel dan dapat dipercaya.

f. Uji reliabilitas pada *perceived of usefulness* (PEU) nilai α sebesar $0,864 > 0,361$. Pada hasil ini terlihat bahwa kuesioner tersebut reliabel dan dapat dipercaya.

g. Uji reliabilitas pada *use intention* (MP) nilai α sebesar $0,895 > 0,361$. Pada hasil ini terlihat bahwa kuesioner tersebut reliabel dan dapat dipercaya.

Variabel	(α)	R-Tabel
INV	0,722	0,361
OPT	0,680	0,361
DIS	0,769	0,361
INS	0,721	0,361
PEOU	0,910	0,361
PEU	0,864	0,361
MP	0,895	0,361

Tabel 4.11

Rangkuman Uji Reliabilitas

4.4. Uji Asumsi Klasik

4.4.1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji yang disebut dengan Kolmogorov-Smirnov di mana didapatkan hasil 0,2 di mana nilai ini lebih besar dari 0,05 untuk variabel *use intention* (MP). Hasil ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal. Pada tabel 4.12

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	133
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Tabel 4.12

Rangkuman Uji Kolmogrov-Smirnov

4.4.2. Uji Multikolinearitas

Gejala multikolinearitas diuji dengan melihat hasil uji nilai *variance inflation factor* (VIF) dan nilai tolerance. Nilai toleransi yang diperoleh dalam penelitian ini semuanya menunjukkan hasil nilai di atas 0,05 dan nilai VIF di bawah 10. Artinya tidak terdapat gejala multikolinearitas yang terjadi pada data penelitian. Rangkuman hasil uji multikolinearitas ditunjukkan pada tabel 4.13.

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
PEOU	0,400	2,502
PEU	0,446	2,243

Tabel 4.13

Rangkuman Uji Multikolinearitas

4.4.3. Uji Heteroskedastisitas

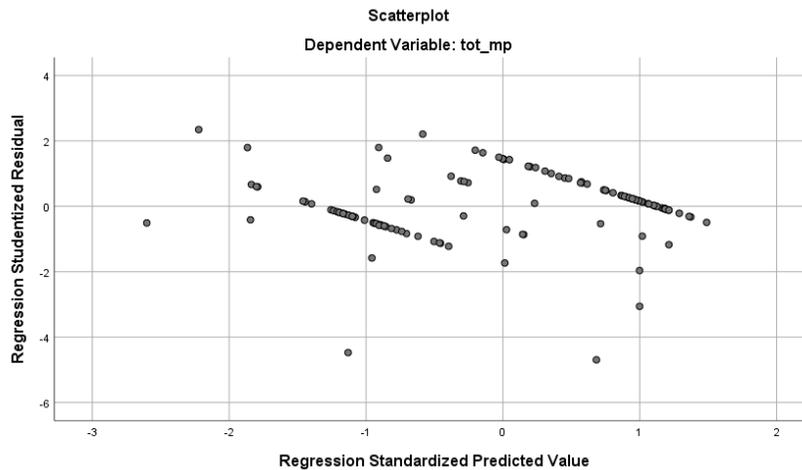
Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji scatterplot yang menunjukkan bahwa data terdistribusi secara tidak beraturan dan tidak ada pola tertentu. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada bahan penelitian yang digunakan. Gambar 4.1 menunjukkan hasil uji

heteroskedastisitas. Adapun berdasarkan uji glejser ditemukan hasil di mana tidak terdapat nilai signifikansi di bawah 0,05 di mana hal ini berarti tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Rangkuman hasil uji glejser terdapat pada tabel 4.13.

Variabel		Sig.
1	INV	0.053
	OPT	0.072
	DIS	0.053
	INS	0.358
	PEOU	0.548
	PEU	0.274

Tabel 4.14

Rangkuman hasil uji glejser



Gambar 4
Uji Heteroskedastisitas

4.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis ini dilakukan menggunakan bantuan dari *software* SPSS 26.

4.5.1.1. *Innovativeness, Optimism, Discomfort, Insecure* terhadap *Perceived Ease of Use*

Pada penelitian ini menggunakan persamaan dasar regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n.$$

Keterangan:

Y= variabel bebas

X= variabel bebas,

a= konstanta (intersep)

b= koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas

Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 26 didapatkan hasil dari *Innovativeness*, *Optimism*, *Discomfort*, *Insecure* terhadap *Perceived Ease of Use* sebagai berikut:

Variabel	t	Sig.
1 INV	2,368	0,019
OPT	4,930	0,000
DIS	-3,212	0,002
INS	2,688	0,008

Tabel 4.15

Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan uji tersebut maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$PEOU = 4,001 + 0,208INV + 0,428OPT - 0,288DIS + 0,234INS$$

Berdasarkan hasil regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai *intercept konstanta* (β) sebesar 4,001. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa apabila nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka nilai variabel peou adalah 4,001.
- b. Nilai regresi INV sebesar 0,208 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan INV sejumlah 1, maka peou turun sebanyak 0,208 dengan asumsi variabel bersifat lain tetap.
- c. Nilai regresi OPT adalah 0,428 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan OPT sejumlah 1, maka peou turun sebanyak 0,428 dengan asumsi variabel bersifat lain tetap.
- d. Nilai regresi DIS adalah -0,288 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan DIS sejumlah 1, maka peou turun sebanyak 0,428 dengan asumsi variabel bersifat lain tetap.
- e. Nilai regresi INS adalah 0,234 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan INS sejumlah 1, maka peou turun sebanyak 0,234 dengan asumsi variabel bersifat lain tetap.

4.5.1.2. *Innovativeness, Optimism, Discomfort, Insecure* terhadap *Perceived of Usefulness*

Pada penelitian ini menggunakan persamaan dasar regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n.$$

Keterangan:

Y= variabel bebas

X= variabel bebas,

a= konstanta (intersep)

b= koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas

Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 26 didapatkan hasil dari *Innovativeness*, *Optimism*, *Discomfort*, *Insecure* terhadap *Perceived of Usefulness* sebagai berikut:

Variabel	T	Sig.
1 INV	2,491	0,014
OPT	3,744	0,000
DIS	-1,513	0,133
INS	1,800	0,075

Tabel 4.16

Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda

Dengan demikian, diperoleh model sebagai berikut:

$$PEU = 5,519 + 0,231INV + 0,344OPT - 0,143DIS + 0,166INS$$

Berdasarkan hasil regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai (β) sebesar 5,519. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa apabila nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka nilai variabel *peu* adalah 5,519.
- b. Nilai regresi INV adalah 0,231 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan INV sebesar 1, maka *peu* turun sebanyak 0,231 dengan asumsi variabel bersifat lain tetap..
- c. Nilai regresi OPT adalah 0,344 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan OPT sebesar 1, maka *peu* turun sebanyak 0,344 dengan asumsi variabel bersifat lain tetap.
- d. Nilai regresi DIS adalah -0,143 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan DIS sebesar 1, maka *peu* turun sebanyak -0,143 dengan asumsi variabel bersifat lain tetap..
- e. Nilai regresi INS adalah 0, di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan INS sebesar 1, maka *peu* turun sebanyak 0,166 dengan asumsi variabel lain bersifat tetap.

4.5.1.3. *Innovativeness, Optimism, Discomfort, Insecure, Perceived Ease Of Use, dan Perceived Of Usefulness Terhadap Minat Pengguna*

Pada penelitian ini menggunakan persamaan dasar regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n.$$

Keterangan:

Y= variabel bebas

X= variabel bebas,

a= konstanta (intersep)

b= koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas

Berdasarkan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 26 didapatkan hasil dari *Innovativeness*, *Optimism*, *Discomfort*, *Insecure*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Of Usefulness* terhadap minat pengguna sebagai berikut:

	Variabel	T	Sig.
1	INV	0,097	0,923
	OPT	2,128	0,035
	DIS	-0,121	0,904
	INS	-0,715	0,476
	PEOU	3,642	0,000
	PEU	5,331	0,000
	PEU	5,331	0,000

Tabel 4.17

Rangkuman Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa:

$$MP = 1,552 + 0,003INV + 0,095OPT - 0,004DIS - 0,027INS + 0,237PEOU + 0,243PEU$$

Berdasarkan hasil regresi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa:

- a. Nilai (β) sebesar 1,552. Dari hasil yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa apabila nilai seluruh variabel independen adalah 0, maka nilai variabel peu adalah mp adalah 1,552.
- b. Nilai regresi INV adalah 0,003 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan INV sebesar 1, maka mp turun sebanyak 0,003 dengan asumsi variabel lain bersifat tetap.
- c. Nilai regresi OPT adalah 0,095 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan OPT sebesar 1, maka mp turun sebanyak 0,095 dengan asumsi variabel lain bersifat tetap.
- d. Nilai regresi DIS adalah -0,004 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan DIS sebesar 1, maka mp turun sebanyak -0,004 dengan asumsi variabel lain bersifat tetap.
- e. Nilai regresi INS adalah -0,027 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan INS sebesar 1, maka mp turun sebanyak -0,027 dengan asumsi variabel lain bersifat tetap.
- f. Nilai regresi PEOU adalah 0,237 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan peou sebesar 1, maka MP turun sebanyak -0,237 dengan asumsi variabel lain bersifat tetap.

- g. Nilai regresi PEU adalah 0,243 di mana dapat disimpulkan bahwa ketika kenaikan PEU sebesar 1, maka mp turun sebanyak 0,243 dengan asumsi variabel lain bersifat tetap.

4.6. Uji-T

4.6.1. Pengaruh *innovativeness* terhadap *perceived ease of use*

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *innovativeness* sebesar 0,019. Nilai signifikansi yang $< 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use*. Hasil ini berarti H_1 yang menyatakan bahwa *innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use* diterima.

4.6.3. Pengaruh *optimism* terhadap *perceived ease of use*

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *optimism* sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang $< 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *optimism* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use*. Hasil ini berarti H_2 yang menyatakan bahwa *optimism* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use* diterima.

4.6.4. Pengaruh *discomfort* terhadap *perceived ease of use*

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel

discomfort sebesar 0,002. Nilai signifikansi yang $< 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *discomfort* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use*. Hasil ini berarti H_3 yang menyatakan bahwa *discomfort* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use* diterima.

4.6.5. Pengaruh *insecurity* terhadap *perceived ease of use*

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *insecurity* sebesar 0,008. Nilai signifikansi yang $< 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *insecurity* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use*. Hasil ini berarti H_4 yang menyatakan bahwa *insecurity* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease of use* diterima.

4.6.6. Pengaruh *innovativeness* terhadap *perceived of usefulness*

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *innovativeness* sebesar 0,014. Nilai signifikansi yang $< 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*. Hasil ini berarti H_5 yang menyatakan bahwa *innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness* diterima.

4.6.7. Pengaruh *optimism* terhadap *perceived of usefulness*

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel

optimism sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang $< 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *optimism* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*. Hasil ini berarti H_6 yang menyatakan bahwa *optimism* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness* diterima.

4.6.8. Pengaruh *discomfort* terhadap *perceived of usefulness*

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *discomfort* sebesar 0,133. Nilai signifikansi yang $> 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *discomfort* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*. Hasil ini berarti H_7 yang menyatakan bahwa *discomfort* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness* ditolak.

4.6.9. Pengaruh *insecurity* terhadap *perceived of usefulness*

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *insecurity* sebesar 0,074. Nilai signifikansi yang $> 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *insecurity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*. Hasil ini berarti H_8 yang menyatakan bahwa *insecurity* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness* ditolak.

4.6.10. Pengaruh *Perceived ease to use* terhadap minat pengguna

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel

perceived ease to use sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang $< 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna. Hasil ini berarti H_9 yang menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna diterima.

4.6.11. Pengaruh *Perceived of usefulness* terhadap minat pengguna

Penelitian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Pada uji-t yang dilakukan telah diperoleh nilai signifikansi untuk variabel *perceived of usefulness* sebesar 0,000. Nilai signifikansi yang $< 5\%$ dapat disimpulkan bahwa *perceived of usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna. Hasil ini berarti H_9 yang menyatakan bahwa *insecurity* berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna diterima.

4.7. Uji Ketetapan Model (*Goodness of Fit*)

4.7.1. Pengaruh *innovativeness, optimism, discomfort, insecurity* secara bersama-sama terhadap *perceived ease to use*

Hasil uji GoF didapat dari perkalian nilai akar rata – rata *communailities* dengan nilai akar rata - rata r-square, yang dapat ditinjau dari tabel 4.18 dan dari hasil perhitungan GoF di atas diperoleh nilai 0,349 sehingga dapat disimpulkan bahwa model memiliki GoF yang besar dan semakin besar nilai GoF maka semakin sesuai dalam menggambarkan sampel penelitian.

Variabel		R-Square
1	Peou	0,349

Tabel 4.18

Rangkuman Analisis Uji-F

4.7.3. Pengaruh *innovativeness, optimism, discomfort, insecurity* secara bersama-sama terhadap *perceived of usefulness*

Hasil uji GoF didapat dari perkalian nilai akar rata – rata *communailities* dengan nilai akar rata - rata r-square, yang dapat ditinjau dari tabel 4.19 dan dari hasil perhitungan GoF di atas diperoleh nilai 0,274 sehingga dapat disimpulkan bahwa model memiliki GoF yang besar dan semakin besar nilai GoF maka semakin sesuai dalam menggambarkan sampel penelitian.

Variabel		R-Square
1	PEU	0,274

Tabel 4.19

Rangkuman Uji-F

4.7.4. Pengaruh *perceived ease to use dan perceived ease to use* secara bersama-sama terhadap minat pengguna

Hasil uji GoF didapat dari perkalian nilai akar rata – rata *communailities* dengan nilai akar rata - rata r-square, yang dapat ditinjau dari tabel 4.20 dan dari hasil perhitungan GoF di atas diperoleh nilai 0,503 sehingga dapat disimpulkan bahwa model memiliki GoF yang besar dan semakin besar nilai GoF maka semakin sesuai dalam menggambarkan sampel penelitian.

Variabel	MP
1 MP	0,503

Tabel 4.20

Rangkuman Uji-F

4.8. Uji Determinasi

Hasil uji determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,603 atau 60,3% yang berarti bahwa *perceived ease to use* dan *perceived of usefulness* memiliki pengaruh 60,3% terhadap minat pengguna dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Model	R Square
1	0,603

Tabel 4.21

Rangkuman Uji Determinasi

4.9. Pembahasan

4.9.1. Pengaruh *Innovativeness* terhadap *perceived ease to use*

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *innovativeness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived ease to use* pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil ini selaras dengan hasil yang ditemukan oleh Martens, 2017. Pada penelitian Martens, (2017) diperoleh hasil adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara *innovativeness* terhadap *perceived ease to use* pada penggunaan *m-payments* di negara Jerman dan Afrika Selatan. Hasil serupa juga diperoleh oleh Khadka, 2018 di mana meneliti pengetahuan konsumen terhadap adopsi *mobile banking* di Jerman menggunakan metode TRAM. Khadka, 2018 menemukan adanya pengaruh signifikan antara *innovativeness* dan *perceived ease of use*. Begitu pula hasil yang ditemukan oleh Hasanah, Wahyuni, & Suharso (2020), Buyle, et al, (2018), dan Hadisuwarno & Bisma (2020).

Hal ini terjadi karena masyarakat sudah sangat terpapar dengan teknologi canggih dan inovatif sehingga hal ini ikut mengambil peran pada kemampuan konsumen untuk mencoba mempelajari dan menggunakan teknologi perbankan (Khadka, 2018). Di samping itu, sekecil apapun inovasi yang diciptakan oleh perusahaan dalam tujuan meningkatkan teknologi *mobile*

banking diharapkan tetap *user friendly*. Orang-orang yang sangat inovatif lebih bersedia untuk mengadopsi dan mencoba teknologi baru dibandingkan dengan orang-orang yang bercirikan tingkat inovasi yang rendah.

4.9.3. Pengaruh *Optimism* terhadap *perceived ease to use*

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *optimism* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived ease to use* pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil ini sejalan dengan hasil yang ditemukan oleh Khadka, (2018), Hasanah, Wahyuni, & Suharso (2020), di mana *optimisme* pengguna memiliki dampak signifikan dan positif terhadap manfaat yang dirasakan dari layanan *mobile banking*.

Adanya pengaruh yang signifikan ini maka manajer harus mengalokasikan sumber daya pemasaran mereka dan berupaya menciptakan pandangan optimis di antara konsumen, terkait dengan teknologi *mobile banking*. Dengan cara ini mereka dapat secara positif memengaruhi kognisi pengguna *mobile banking* dan meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas mereka Khadka (2018).

4.9.4. Pengaruh *Discomfort* terhadap *perceived ease to use*

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *discomfort* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived ease to use* pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil

ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martens, Roll, & Elliott (2017) di mana ditemukan pengaruh yang signifikan antara *discomfort* dan *perceived ease to use* hanya pada negara Jerman. Hasil lain juga ditemukan oleh Hasanah, Wahyuni, & Suharso (2020) di mana meneliti terbukti bahwa *discomfort* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *perceived ease to use*. Hal ini berarti, walaupun masyarakat merasa tidak nyaman dengan teknologi *m-banking*, mereka tetap memiliki kepercayaan diri untuk mudah menggunakan teknologi ini. Banyaknya kemudahan yang ditawarkan oleh fasilitas *m-banking* mendorong nasabah untuk menggunakan teknologi ini sekalipun terdapat rasa tidak nyaman.

4.9.5. Pengaruh *insecurity* terhadap *perceived ease to use*

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *insecurity* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived ease to use* pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil penemuan ini serupa dengan hasil yang diperoleh oleh Martens, Roll, & Elliott (2017) di mana ditemukan pengaruh yang positif dan signifikan antara *insecurity* dan *perceived ease to use* pada kedua negara yang diteliti yaitu Afrika Selatan dan Jerman. Hasil ini bisa disebabkan karena pengguna aplikasi tidak menganggap penting perasaan tidak aman yang muncul pada diri mereka ketika menggunakan teknologi baru dan lebih memilih untuk terus

menggunakan aplikasi *m-banking* BCA karena kemudahan dan manfaat yang didapatkan lebih besar ketika menggunakan aplikasi *m-banking* BCA.

4.9.6. Pengaruh *Innovativeness* terhadap *perceived of usefulness*

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *innovativeness* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived of usefulness* pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil ini serupa dengan hasil yang ditemukan oleh Buyle, et al. (2018) di mana meneliti minat pengguna dalam menggunakan *data standards* pada *smart cities* menggunakan TRAM. Begitu pula dengan hasil yang ditemukan oleh Aisyah & Eszi (2020) di mana meneliti minat mahasiswa dalam penggunaan *e-wallet* dengan TRAM.

Menurut Buyle, et al. (2018) Hal ini dapat menjelaskan bahwa orang-orang yang inovatif adalah lebih terbuka terhadap inovasi-inovasi baru secara umum. Orang-orang yang inovatif berusaha untuk belajar, memahami, dan menggunakan teknologi baru. Ini membuat teknologi mereka lebih dapat diterima. Selain itu, orang-orang inovatif lebih akrab dengan konsep teknologi baru tanpa terkecuali aplikasi *m-banking* BCA. Artinya pengguna memiliki pandangan yang positif terhadap kegunaan teknologi *m-banking* karena jika pengguna memiliki minat untuk mencoba mengimplementasikan produk atau layanan teknologi terkini, pengguna dapat mengetahui dan mempelajari tentang teknologi ini tanpa mendapatkan arahan dari orang lain dan tidak banyak

melakukan permasalahan. Penggunaan sehingga teknologi *m-banking* perbankan dianggap mudah digunakan atau fungsional.

4.9.7. Pengaruh *Optimism* terhadap *perceived of usefulness*

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *optimism* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived of usefulness* pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil serupa diperoleh oleh penelitian yang dilakukan Khadka & Kohsuwan (2018) dan Aisyah & Eszi (2020). Hasil lainnya juga diperoleh dari penelitian Faizani & Indriyanti (2021) yang meneliti pengaruh kesiapan teknologi terhadap persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan pada penggunaan *Quick Response Indonesian Standard* (QRIS).

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa nasabah yang menggunakan *m-banking* memiliki sikap optimis dalam diri mereka dan pandangan positif bahwa penggunaan aplikasi *m-banking* dapat memberikan manfaat dalam keseharian mereka karena memberikan kemudahan dalam layanan operasional mulai dari transaksi pembayaran hingga dapat meningkatkan kualitas transaksi pembayaran menjadi lebih cepat dan efisien (Faizani & Indriyanti, 2021). Menurut Khadka & Kohsuwan (2018) Manajer harus mengalokasikan sumber daya pemasaran mereka dan berupaya menciptakan pandangan optimis di antara konsumen, terkait dengan teknologi *mobile banking*. Dengan cara ini

mereka dapat secara positif memengaruhi kognisi pengguna *mobile banking* dan meningkatkan tingkat kepuasan dan loyalitas mereka.

4.9.8. Pengaruh *Discomfort* terhadap *perceived of usefulness*

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *discomfort* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness* pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil ini serupa dengan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Faizani & Indriyanti (2021) di mana ditemukan hasil yang tidak signifikan antara *discomfort* terhadap *perceived of usefulness*. Hasil lainnya ditemukan oleh Aisyah & Eszi (2020).

Aisyah & Eszi (2020) menyatakan bahwa hal ini dapat terjadi karena pengguna percaya bahwa teknologi *m-banking* tetap memiliki kekurangan yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan pada pengguna ketika menggunakannya. Salah satu yang memengaruhinya adalah faktor eksternal dari individu, seperti bug atau masalah sistem dan bug aplikasi atau bug yang tidak berfungsi dengan baik, juga dapat menyebabkan pengguna merasa tidak nyaman. Perusahaan yang menyediakan pembayaran digital harus memahami dan menganalisis seluruh bagian penting dari keseluruhan layanan dan memaksimalkan dan mencegah bagian-bagian yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan bagi pengguna dalam menggunakan layanan pembayaran digital, Khadka & Kohsuwan (2018).

4.9.9. Pengaruh *Insecurity* terhadap *perceived of usefulness*

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *insecurity* terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness* pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil ini sejalan dengan hasil yang ditemukan oleh Martens, Roll, & Elliott (2017) di mana meneliti kesiapan pengguna dalam menggunakan *m-payment* pada negara Afrika Selatan di mana tidak ada pengaruh signifikan antara *insecurity* dan *perceived of usefulness*. Hasil lain yang serupa juga diperoleh oleh Buyle, et al. (2018) di mana tidak ada pengaruh yang signifikan antara *insecurity* dan *perceived of usefulness* pada minat pengguna dalam menggunakan teknologi *data standards* pada *smart cities* menggunakan TRAM. Hal ini disebabkan karena para pengguna memiliki rasa kurang percaya dalam menggunakan *m-banking* kemungkinan terjadi karena penggunaan *m-banking* yang baru saja diterapkan.

4.9.10. Pengaruh *perceived ease to use* terhadap minat pengguna

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *perceived ease to use* terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil ini serupa dengan penelitian oleh Susanto, et al (2021) di mana meneliti penggunaan aplikasi OVO pada industri F&B di Indonesia menggunakan TAM.

Pada penelitian tersebut *perceived ease to use* menjadi variabel *intervening* terhadap variabel *use intention* dan didapatkan hasil yang positif dan signifikan. Hasil lainnya yang sejalan juga ditemukan oleh Martens, Roll, & Elliott (2017) di mana terbukti ada pengaruh signifikan antara *perceived ease to use* dan minat pengguna dalam penggunaan teknologi *m-payments* pada negara Afrika Selatan.

Menurut Susanto, et al (2021) Generasi yang lahir di era teknologi memberikan kemudahan bagi Generasi Z untuk belajar dan memahami dalam menggunakan teknologi. Hal ini menyebabkan generasi Z merasa bahwa setiap aplikasi *m-banking* mudah dipelajari dan digunakan sehingga kenyamanan secara tidak langsung akan memengaruhi niatnya untuk menggunakan layanan *m-banking* tertentu. Meski begitu, layanan pembayaran seluler yang lebih mudah digunakan akan memberikan perasaan akrab dan nyaman bagi pengguna. Perasaan tersebut akan meningkatkan sikap positif pengguna yang selanjutnya akan membuat generasi Z merasa nyaman dan memiliki niat untuk menggunakan *m-banking*.

4.9.11. Pengaruh *perceived of usefulness* terhadap minat pengguna

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil akhir di mana *perceived of usefulness* terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna pada penggunaan aplikasi *m-banking* BCA oleh mahasiswa DIY. Hasil ini serupa dengan penelitian oleh Susanto, et al (2021) di mana meneliti

penggunaan aplikasi OVO pada industri F&B di Indonesia menggunakan TAM. Pada penelitian tersebut *perceived of usefulness* menjadi variabel *intervening* terhadap variabel *use intention* dan didapatkan hasil yang positif dan signifikan. Hasil lainnya yang sejalan juga ditemukan oleh Martens, Roll, & Elliott (2017) di mana terbukti ada pengaruh signifikan antara *perceived ease to use* dan minat pengguna dalam penggunaan teknologi *m-payments* pada negara Afrika Selatan dan Jerman.

Menurut Susanto, et al (2021) karakteristik generasi Z yang menyukai proses instan membuat Generasi Z merasa bahwa penggunaan aplikasi *m-banking* yang mempercepat proses transaksi perbankan sebenarnya cukup untuk meningkatkan niatnya menggunakan aplikasi *m-banking* BCA. Namun persepsi tersebut juga akan meningkatkan sikap positif yang sudah dimiliki Generasi Z, di mana Generasi Z akan merasa bahwa menggunakan aplikasi *m-banking* BCA adalah bijaksana karena membawa manfaat bagi dirinya sendiri. Sikap positif yang muncul pada Generasi Z akan semakin menguatkan niat Generasi Z agar Generasi Z semakin percaya diri dalam memilih menggunakan aplikasi *m-banking* sebagai alat dalam bertransaksi perbankan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses uji data dan analisis data yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *innovativeness* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived ease to use*. Sehingga hal ini mendukung H₁ yang menyatakan bahwa *innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease to use*.
2. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *optimism* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived ease to use*. Sehingga hal ini mendukung H₂ yang menyatakan bahwa *optimism* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease to use*.
3. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *discomfort* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived ease to use*. Sehingga hal ini mendukung H₃ yang menyatakan bahwa *discomfort* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease to use*.
4. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *insecurity* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived ease to use*. Sehingga hal ini mendukung H₄ yang menyatakan bahwa *insecurity* berpengaruh signifikan terhadap *perceived ease to use*.

5. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *innovativeness* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived of usefulness*. Sehingga hal ini mendukung H₅ yang menyatakan bahwa *innovativeness* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*.
6. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *optimism* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived of usefulness*. Sehingga hal ini mendukung H₆ yang menyatakan bahwa *optimism* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*.
7. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *discomfort* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*. Sehingga hal ini tidak mendukung H₇ yang menyatakan bahwa *discomfort* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*.
8. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *insecurity* tidak berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*. Sehingga hal ini tidak mendukung H₈ yang menyatakan bahwa *insecurity* berpengaruh signifikan terhadap *perceived of usefulness*.
9. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *perceived ease to use* berpengaruh positif signifikan terhadap minat pengguna. Sehingga hal ini mendukung H₉ yang menyatakan bahwa *perceived ease to use* berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna.
10. Pengujian hipotesis pada penelitian ini terbukti bahwa *perceived of usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna. Sehingga

hal ini mendukung H_{10} yang menyatakan bahwa *perceived of usefulness* berpengaruh signifikan terhadap minat pengguna.

5.2 Implikasi

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan juga perlu senantiasa meningkatkan inovasi dan keamanan pada teknologi *m-banking* yang ditawarkan. Teknologi baru yang diciptakan sepatutnya dapat memberikan pengguna perasaan yang lebih aman dan nyaman dalam menggunakan *m-banking* dan dapat meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan *m-banking*. Perusahaan dihimbau untuk merancang teknologi atau aplikasi dengan tetap memperhatikan kemudahan cara penggunaannya, selain itu dapat pula dibantu dengan memberikan sosialisasi atau panduan melalui berbagai platform yang telah tersedia dengan tujuan memberikan kenyamanan penggunaan untuk pengguna

2. Bagi Masyarakat

Ditengah gempuran inovasi teknologi zaman sekarang dimana gaya hidup mulai bergeser menjadi digital pada hampir setiap aspek. Masyarakat dihimbau untuk senantiasa waspada dalam menggunakan teknologi. Dalam hal teknologi perbankan masyarakat perlu tetap menjaga kerahasiaan data dan tidak mudah percaya pada info-info yang belum dipastikan kebenarannya.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi Peneliti

Saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini untuk penelitian selanjutnya antara lain:

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan periode waktu dan kesempatan yang lebih luas dalam melakukan penelitian sehingga mampu mengumpulkan data dengan menggunakan pengumpulan data dari kuesioner dan wawancara agar hasil diharapkan bisa lebih akurat.
2. Penelitian selanjutnya sebaiknya menggunakan responden pada kelompok umur yang berbeda. Hal ini bertujuan agar hasil yang diperoleh adalah hasil yang lebih umum.
3. Penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian dengan menggunakan variabel yang berbeda atau dapat menambahkan variabel penggunaan sesungguhnya (*actual use*) dan variabel keamanan dan kerahasiaan.

5.3.2 Bagi Perusahaan

Perusahaan sebaiknya terus mengembangkan teknologi yang dapat memberikan kemudahan bagi pengguna dengan menyesuaikan kemudahaan penggunaannya agar mudah dipelajari dan diterima oleh masyarakat.

5.3.3 Bagi Masyarakat

Masyarakat dalam menggunakan teknologi tetap perlu waspada dan menjaga privasi data yang dimasukkan ke internet ataupun aplikasi yang berbasis website.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M., & Eszi, I. M. (2020). Pengaruh Kesiapan Teknologi Individu Terhadap Minat Mahasiswa Pada Penggunaan E-Wallet Model Kombinasi TRI dan TAM. *Fakultas Bisnis dan Ekonomika UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA*.
- Andayani, S., & Ono, R. (2020). Analisis Kesiapan Penerimaan Pengguna Terhadap E-Learning Menggunakan Model Tram. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 3(2), 32-37.
- Andayani, S., & Ono, R. S. (2020). Analisis Kesiapan Penerimaan Pengguna Terhadap E-Learning Menggunakan Model TRAM. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*.
- Buyle, R., Mathias Van Compernelle, E. V., Vanlishout, Z., Mechant, P., & Mannes, E. (2018). "Technology Readiness and Acceptance Model" as a Predictor for the Use Intention of Data Standards in Smart Cities. *Media and Communication*.
- Desvronita. (2021). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet Menggunakan *Technology Acceptance Model*. *Jurnal Akmenika*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, Joe F., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Mena, J. A. (2012). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414–433.
<https://doi.org/10.1007/s11747-011-0261-6>
- Hadisuwarno, A. E., & Bisma, R. (2020). Analisis Penerimaan Pengguna Aplikasi e-Kinerja dengan metode TRAM dan EUCS pada kepolisian. *Jurnal Ilmiah Sistem Informasi*, 93-109.
- Handayani, R. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Hasanah, L., Wahyuni, E. D., & Suharso, W. (2020). Evaluasi Kesiapan Dan Penerimaan Pengguna Sistem Informasi Management Tugas Akhir (SIMTEKNIK) Menggunakan Metode TRAM (Technology Readiness Acceptance Model). *REPOSITOR*.
- Hendartryo, M. (2022, March 11). *Pengguna BCA Mobile Tumbuh 50 Persen Jadi 18 Juta*. Retrieved August 17, 2022 from [Bisnis Tempo.co](https://bisnis.tempo.co/read/1569632/pengguna-bca-mobile-tumbuh-50-persen-jadi-18-juta):
<https://bisnis.tempo.co/read/1569632/pengguna-bca-mobile-tumbuh-50-persen-jadi-18-juta>

- Khadka, R., & Kohsuwan, P. (2018). Understanding Consumers' *Mobile banking Adoption in Germany: An Integrated Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) Perspective*. *Catalys*.
- Lai, P. (2017). The Literature Review of Technology Adoption Models and Theories for the Novelty Technology. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 21-38.
- Liu, Y., Wang, M., Huang, D., Huang, Q., Yang, H., & Li, Z. (2019). The impact of mobility, risk, and cost on the users' intention to adopt mobile payments. *Information Systems and e-Business Management*, 319-342.
- Martens, M., Roll, O., & Elliott, R. (2017). Testing the *Technology Readiness and Acceptance Model* for Mobile Payments Across Germany and South Africa. *International Journal of Innovation and Technology Management*.
- Panday, R., Wibowo, A., & Mardiah, S. (2019). Analisis Technology Readiness Acceptance Penggunaan Komputer Dan Teknologi Informasi Pada Manajemen Proyek Kontraktor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 33-44.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simiyu, S., & Kohsuwan, P. (2019). Understanding Consumers' *Mobile banking Adoption through the Integrated Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) Perspective: A Comparative Investigation*. *Human Behavior, Development and Society*, 20(4), 29-40.
- Sitinjak, T., & Joan, L. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan dan Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 27-39.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, R. D., Tjandinegara, R., Iskandar, V., & Kartika, E. W. (2021). *Technology Acceptance Model (Tam) Analysis Of The Use Of Ovo Application In F&B Service Industry In Indonesia*. *Journal of Tourism, Culinary, and Entrepreneurship (JTCE)*, 1-14.

LAMPIRAN



Kuesioner Penelitian

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: P/L
3. Asal Universitas:
4. Usia Responden:

19-21 tahun	
22-23 tahun	
>24 tahun	

5. Pengeluaran Per Bulan:

Pengeluaran per Bulan
< Rp 1.000.000
Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
>Rp 3.000.000

6. Aktif Menggunakan *m-banking*: Ya/Tidak
7. Lama menggunakan *m-banking*

Lama Menggunakan <i>m-banking</i>
< 2 tahun
2 – 3 tahun
>3 tahun

1. *Innovativeness*

1. Orang lain datang kepada saya untuk meminta pendapat tentang teknologi baru
2. Secara umum, saya termasuk yang pertama dalam lingkaran teman saya yang menggunakan teknologi baru saat muncul
3. Saya dapat mengetahui produk dan layanan teknologi yang baru tanpa bantuan orang lain
4. Saya menikmati tantangan untuk mencari tahu gadget berteknologi tinggi
5. Saya menghadapi masalah yang lebih sedikit daripada orang lain dalam menggunakan teknologi
6. Saya lebih suka menggunakan teknologi tercanggih yang ada

2. *Optimism*

1. Teknologi memberi saya lebih banyak kebebasan dalam beraktivitas
2. Teknologi mengendalikan kehidupan sehari-hari saya
3. Saya merasa yakin bahwa sistem berbasis teknologi akan mengikuti apa yang saya perintahkan
4. Produk dan layanan yang menggunakan teknologi terbaru jauh lebih nyaman digunakan
5. Aplikasi *m-banking* jauh lebih efisien karena menggunakan teknologi terbaru
6. Aplikasi *m-banking* membuat saya menjadi lebih efisien dalam melakukan transaksi keuangan saya

3. *Discomfort*

1. Orang lain datang kepada saya untuk meminta pendapat tentang teknologi baru
2. Secara umum, saya termasuk yang pertama dalam lingkaran teman saya yang menggunakan teknologi baru saat muncul
3. Saya dapat mengetahui produk dan layanan teknologi yang baru tanpa bantuan orang lain
4. Saya menikmati tantangan untuk mencari tahu gadget berteknologi tinggi
5. Saya menghadapi masalah yang lebih sedikit daripada orang lain dalam

menggunakan teknologi

6. Saya lebih suka menggunakan teknologi tercanggih yang ada

4. Insecurity

1. Orang-orang terlalu bergantung pada teknologi untuk melakukan sesuatu
2. Saya merasa kurang aman memberikan informasi pribadi melalui internet
3. Saya khawatir bahwa informasi yang saya berikan melalui internet dapat disalahgunakan oleh orang lain
4. Ketika sesuatu di dalam sistem teknologi terjadi secara otomatis, saya perlu memeriksa dengan seksama bahwa tidak ada kesalahan pada sistem tersebut
5. Setiap transaksi bisnis yang saya lakukan secara online harus dikonfirmasi setelahnya
6. Layanan bantuan pengguna *m-banking* di ponsel tidak membantu saya karena menjelaskan hal-hal yang tidak saya mengerti

7. Perceived Ease of Use

1. Menurut saya belajar menggunakan *m-banking* mudah bagi saya
2. Menurut saya menggunakan *m-banking* jelas dan dapat dipahami
3. Menurut saya menggunakan *m-banking* dengan mahir mudah bagi saya
4. Saya merasa bahwa aplikasi *m-banking* mudah digunakan

8. Perceived of Usefulness

1. Menggunakan *m-banking* memungkinkan untuk bertransaksi lebih cepat
2. Menggunakan *m-banking* dapat meningkatkan produktivitas saya
3. Menggunakan *m-banking* meningkatkan performa saya dalam pekerjaan saya
4. Menggunakan *m-banking* memberikan kemudahan dalam pekerjaan saya
5. Secara menyeluruh menggunakan *m-banking* berguna dan bermanfaat untuk saya

9. Minat Pengguna

1. Saya berniat untuk menggunakan *m-banking*

2. Saya berharap penggunaan *m-banking* saya dapat berlanjut di masa depan
3. Saya akan merekomendasikan *m-banking* kepada orang di sekitar saya



1. Profil Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Asal Universitas	Asal Fakultas
1	Eri Anggara	Laki-Laki	Universitas Muhamadiyah Yogyakarta	Kedokteran
2	GIEOVANNI WISNU PRAMUDYA	Laki-Laki	UT	FE
3	chr	Perempuan	uii	fbe
4	Ananda HK	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Bisnis dan Ekonomika
5	muhammad abid fauzi	Laki-Laki	UII	FTI
6	Miaa	Perempuan	UII	FPSB
7	Muhamad Jaisa	Laki-Laki	UII	FTSP
8	cindy	Perempuan	UII	FBE
9	Rifah	Perempuan	UII	Ilmu ekonomi IP
10	Andinie Nadya	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	FPSB
11	Muhammad Fathur Raiyyan	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	fakultas teknologi industri
12	Galih Rachman Taher	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Bisnis dan Ekonomika
13	Audrey	Perempuan	UII	FPSB
14	HW	Laki-Laki	UII	Teknik Industri
15	Dhea Permata Kirana	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Hukum
16	Yandika Bara Setiawan	Laki-Laki	UII	Ftsp
17	Rizka Dilla	Perempuan	UII	Psikologi

18	Tsuga Brilliandana Ashidiki Andhika Putra	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknologi Industri
19	romadona	Laki-Laki	universitas islam indonesia	bisnis dan ekonomika
20	Khusnul Khotimah	Perempua n	UII	FMIPA
21	Hen	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Hukum
22	Ghina Anfasa	Perempua n	Universitas Islam Indonesia	Fakultas psikologi dan ilmu sosial budaya
23	Nabila Nugraheni	Perempua n	Universitas Islam Indonesia	Teknologi Industri
24	Umar	Laki-Laki	UII	FPSB
25	melanii	Perempua n	uii	hukum
26	IRHAM ASFAHANI	Laki-Laki	UII	FPSB
27	Agnata Ranubawono	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknologi Industri
28	Putri Eka	Perempua n	Universita Islam Indonesia	Bisnis dan Ekonomika
29	Putri Rahayu Salsabila	Perempua n	Universitas Islam Indonesia	MIPA
30	rq	Laki-Laki	universitas gadjah mada	fakultas teknik
31	Irham Bagda	Laki-Laki	UII	FTSP
32	Daniel Arya Firma	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknologi Industri
33	Yosevan Alhamdani	Laki-Laki	UII	Teknik Sipil
34	Nauval Armansia	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	FTSP
35	Rafli putra pratama	Laki-Laki	Universitas islam indonesia	Fakultas bisnis dan ekonomika
36	Hanifa Nabila	Perempua n	UII	FPSB
37	Deandra	Laki-Laki	UII	Hukum

38	Muhammad Dzaky Farhan Shalehuddin	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
39	Nur Haliza	Perempuan	UII	FBE
40	Dini P	Perempuan	UII	FIAI
41	Muhammad Haafizh Hasim Rezaul Karim	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya (FPSB)
42	Pratiwi	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Magister Hukum
43	Rama Hendra Triadmaja	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Hukum
44	Faiz	Laki-Laki	UMY	IMaBS
45	Rifqi Abdullah	Laki-Laki	Universitas Gajah Mada	Fakultas Kedokteran
46	Lintang Fernando	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	FBE
47	Wahyu Kartika Candra Kirana	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Teknik Industri
48	Ravita	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Fbe
49	Dwi Yulianto	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Bisnis dan Ekonomika
50	Adit	Laki-Laki	Uii	FH
51	Wenha	Perempuan	UII	FBE
52	Azka Lizabeth Fadhillah	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Hukum (FH)
53	Hilmi Ardian Yuwono	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Bisnis dan ekonomi
54	Ucup	Laki-Laki	UII	FBE DIPLOMA III
55	yumna rizqi ramadhan	Laki-Laki	UII	FBE
56	Fayaz Zhafari	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
57	Nizar Fadlurrokhman	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Bisnis dan Ekonomi

58	Ditito Itmam Zain	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	FTSP
59	Dinda	Perempuan	Uii	Fbe
60	Galan wiryawan	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Yogyakarta
61	ADIFA ZIKRA FAKHRURI	Laki-Laki	UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA	Fakultas Bisnis dan Ekonomi
62	M.Zharfan	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Manajemen
63	Karina Raiza	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Magister Kenotariatan
64	Malik Abdul Aziz	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknik Informatika
65	Syamsul Rijal	Laki-Laki	UII	FTSP
66	Nabiel Sechano	Laki-Laki	Uii	FTI
67	Zhafran Qashid Rahmatullah	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Teknologi Industri
68	Aulia	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Bisnis dan Ekonomika
69	Muhammad Rijal Kamal	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknologi Industri
70	Dia	Perempuan	UII	FBE akuntansi
71	Hairul Rizal H talib	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Hukum
72	Mutiara Rahma	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi dan Bisnis
73	Amanda	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Hukum
74	Sabrina dwi	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Ekonomi
75	Mega	Perempuan	UII	FTSP
76	Muh. Gerald Khaidil Fitra	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Hukum

77	Awaludien Vedanta Area Eka Pasy	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan
78	MDN	Laki-Laki	UII	FTI
79	Yugo	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	FBE
80	Syaeful maarif	Laki-Laki	Universitas islam Indonesia	Ekonomi dan bisnis
81	Fitri Sylvianti	Perempua n	UII	FTI
82	Bunga	Perempua n	Uii	Fpsb
83	ASSYIFA NURUL AINI	Perempua n	Universitas Islam Indonesia	FBE
84	Kresna	Laki-Laki	UII	FTI
85	Hana Luthfia Ratu Azgara	Perempua n	UII	FPSB
86	Dicki Oktatri Jaya	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Manajemen
87	Gianto Dwi Putra	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknik Sipil Dan Perencanaan
88	Nicky Sabella	Perempua n	Universitas Islam Indonesia	Teknik Sipil dan Perencanaan
89	Ilham Samulo	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fmipa
90	Indah	Perempua n	UII	FBE
91	Galih Nugroho	Laki-Laki	UII	Hukum
92	Hening p	Perempua n	Uii	Fmipa
93	Muhammad Tsaqif Arkan	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Psikologi
94	Fatma Andrianti Putri	Perempua n	Universitas Islam Indonesia	Bisnis & Ekonomi
95	SN	Perempua n	UII	FBE
96	Syahrani Nur Amanah	Perempua n	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan

97	Daffa Ino Fadhilah	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Bisnis & Ekonomika
98	Ali Fauziyan	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Bisnis dan Ekonomika
99	Rahma	Perempuan	UII	FPSB
100	NN	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Bisnis dan Ekonomika
101	milen	Perempuan	universitas islam indonesia	fakultas psikologi & ilmu sosial budaya
102	Edelweiss Premaulidiani Putri	Perempuan	Pasca UII	Magister Hukum
103	Rantan Dwi Amara	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	FMIPA
104	Alfani Khairi R	Laki-Laki	UII	FEB
105	Nadya A F	Perempuan	UII	Fmipa
106	Xyz	Laki-Laki	UII	FBE
107	Zezelda	Perempuan	UII	FBE
108	YAZID MUHAMMAD RAFI	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Hukum
109	Indah Ayu Prameswari	Perempuan	universitas islam indonesia	fbe
110	Heni	Perempuan	UII	Magister Akuntansi
111	Ita	Perempuan	UII	FKIP
112	Rei	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Hukum
113	Daffa Satria Wibowo	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	FPSB
114	Elfa Rahmananda Syaifullah	Laki-Laki	UIN Yogyakarta	Ushuluddin

115	hasna nabila	Perempuan	Universitas Islam Yogyakarta	Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
116	nala	Perempuan	uii	ftsp
117	Devi	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknologi Industri
118	Andina	Perempuan	Uii	Fbe
119	Nadya amalia febrianur	Perempuan	Universitas islam indonesia	Kedokteran
120	Ruendhita Azzahra	Perempuan	Universitas Ahmad Dahlan	Kedokteran
121	dinda	Perempuan	UII	FBE
122	RISKI SELAYAR	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Teknik sipil dan perencanaan
123	Muhammad Ega	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Bisnis & Ekonomi
124	Muhammad Rizqy Al Ayyubi	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	FMIPA
125	Dimas Kurniawan	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	FPSB
126	Luhung	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Teknologi Industri
127	jami'	Laki-Laki	uii	fpsb
128	Anya	Perempuan	UII	Hukum
129	Danish	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
130	Prayudha Bryantama Nugraha	Laki-Laki	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Teknologi Industri
131	Sayidati Usamah W	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Psikologi dan ilmu sosial budaya
132	Gita Oki O	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Hukum

133	Baiq Qori'atul Hafizah	Perempuan	Universitas Islam Indonesia	Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
-----	------------------------	-----------	-----------------------------	---



2. Rekapitulasi Data

<i>Innovativeness</i>							
INV 1	INV 2	INV 3	INV 4	INV 5	INV 6	Tot. INV	Mean
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	2	4	3	4	3	19	3,17
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	2	2	3	2	4	15	2,50
4	3	2	4	4	4	21	3,50
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	2	2	3	3	2	16	2,67
4	3	3	4	4	4	22	3,67
2	2	4	4	3	3	18	3,00
3	4	3	3	3	3	19	3,17
3	1	3	4	4	2	17	2,83
2	2	4	3	2	4	17	2,83
2	3	4	4	3	3	19	3,17
4	4	3	3	4	3	21	3,50
3	3	3	3	3	3	18	3,00
2	2	2	3	2	2	13	2,17
3	2	2	2	3	4	16	2,67
3	2	4	4	4	4	21	3,50
3	3	4	3	3	4	20	3,33
3	3	3	4	3	4	20	3,33
2	2	3	4	3	3	17	2,83
3	1	3	3	2	3	15	2,50
3	3	2	3	2	3	16	2,67
3	3	2	2	2	4	16	2,67
2	2	1	3	2	3	13	2,17
3	2	4	4	3	3	19	3,17
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	2	2	3	2	3	15	2,50
3	4	1	2	2	2	14	2,33
4	4	3	4	4	4	23	3,83
4	4	4	4	4	4	24	4,00

3	3	3	4	3	3	19	3,17
2	1	2	3	4	3	15	2,50
4	3	3	4	3	3	20	3,33
3	3	3	3	1	3	16	2,67
3	3	4	4	3	4	21	3,50
2	1	3	4	3	3	16	2,67
3	2	2	3	3	4	17	2,83
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	2	4	3	3	3	19	3,17
3	2	3	4	2	4	18	3,00
3	2	3	2	3	1	14	2,33
3	2	4	4	3	3	19	3,17
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	3	3	2	4	3	18	3,00
4	3	4	3	4	4	22	3,67
3	3	2	3	2	4	17	2,83
3	1	3	3	2	2	14	2,33
3	2	3	3	2	2	15	2,50
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	2	3	3	2	3	16	2,67
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	2	3	3	2	3	16	2,67
3	2	3	3	2	3	16	2,67
4	2	4	4	4	2	20	3,33
3	2	3	3	2	4	17	2,83
3	2	2	3	3	3	16	2,67
3	2	4	4	3	4	20	3,33
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	2	2	3	2	2	14	2,33
3	2	4	3	2	3	17	2,83
4	3	4	4	4	4	23	3,83
4	3	4	4	3	3	21	3,50
3	2	2	4	4	4	19	3,17
4	3	3	4	3	4	21	3,50
4	4	3	3	4	3	21	3,50

4	2	2	3	3	3	17	2,83
3	2	3	3	3	2	16	2,67
3	2	2	3	2	4	16	2,67
3	3	3	3	3	4	19	3,17
3	2	3	3	2	2	15	2,50
3	3	3	2	3	2	16	2,67
2	3	3	3	2	3	16	2,67
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	2	2	3	2	4	16	2,67
3	2	3	4	3	3	18	3,00
3	2	4	3	3	3	18	3,00
4	3	4	4	3	4	22	3,67
3	1	2	2	3	2	13	2,17
1	1	4	4	4	4	18	3,00
2	2	3	3	2	3	15	2,50
3	2	3	3	2	2	15	2,50
2	1	3	3	2	3	14	2,33
2	2	3	3	3	3	16	2,67
3	4	4	4	3	3	21	3,50
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	1	4	2	4	2	15	2,50
3	4	4	4	4	4	23	3,83
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	2	3	3	2	3	16	2,67
3	3	2	4	2	3	17	2,83
3	1	3	3	2	1	13	2,17
3	2	3	2	2	2	14	2,33
2	3	4	4	4	4	21	3,50
4	3	3	4	2	4	20	3,33
4	1	2	4	1	2	14	2,33
4	3	4	4	3	4	22	3,67
2	2	2	2	2	2	12	2,00
3	2	4	4	4	4	21	3,50
4	2	2	4	4	4	20	3,33
4	2	2	3	3	3	17	2,83

3	2	2	3	2	4	16	2,67
4	2	4	3	3	4	20	3,33
1	1	4	4	4	3	17	2,83
3	4	3	3	4	3	20	3,33
3	3	3	3	2	2	16	2,67
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	2	3	4	3	4	18	3,00
2	3	4	3	2	3	17	2,83
3	2	3	2	3	3	16	2,67
3	2	4	4	2	3	18	3,00
4	2	2	2	3	2	15	2,50
2	2	3	3	2	2	14	2,33
3	2	2	3	3	3	16	2,67
3	2	3	4	3	4	19	3,17
2	2	2	2	2	3	13	2,17
3	2	3	3	3	4	18	3,00
3	4	3	3	4	4	21	3,50
2	3	3	3	3	2	16	2,67
3	2	2	3	3	3	16	2,67
3	2	2	4	2	4	17	2,83
1	1	3	3	4	4	16	2,67
2	3	3	3	3	2	16	2,67
3	3	3	4	2	3	18	3,00
3	3	3	3	4	4	20	3,33
2	2	3	3	3	2	15	2,50
4	3	2	4	4	4	21	3,50
2	2	4	4	3	3	18	3,00
3	2	2	3	1	3	14	2,33
3	3	4	3	4	3	20	3,33
2	3	2	2	3	2	14	2,33

<i>Optimism</i>							
OPT 1	OPT 2	OPT 3	OPT 4	OPT 5	OPT 6	Tot OPT	Mean
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	2	4	4	3	4	20	3,33

4	4	4	4	4	3	23	3,83
3	3	3	4	4	4	21	3,50
4	4	4	4	4	3	23	3,83
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	2	3	3	4	2	17	2,83
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	2	3	3	4	2	18	3,00
3	4	3	3	3	3	19	3,17
4	3	4	4	4	4	23	3,83
4	3	3	4	4	3	21	3,50
4	4	3	4	4	4	23	3,83
4	3	4	4	3	4	22	3,67
3	2	2	3	3	4	17	2,83
3	3	2	3	2	3	16	2,67
4	2	2	3	4	4	19	3,17
4	3	4	4	4	2	21	3,50
4	2	2	3	2	4	17	2,83
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	2	3	4	3	4	20	3,33
4	3	3	4	4	4	22	3,67
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	3	3	3	4	19	3,17
4	3	2	4	3	4	20	3,33
4	3	3	3	3	2	18	3,00
3	3	3	3	4	4	20	3,33
3	3	2	3	3	3	17	2,83
2	2	3	3	3	3	16	2,67
1	3	4	2	1	4	15	2,50
4	2	3	4	4	4	21	3,50
2	2	2	3	4	4	17	2,83
4	2	2	4	4	4	20	3,33
4	1	3	3	4	4	19	3,17
3	3	3	3	3	3	18	3,00
4	3	4	4	4	4	23	3,83
4	2	2	4	4	4	20	3,33
4	3	4	4	4	3	22	3,67

4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	1	3	2	4	4	17	2,83
4	3	2	3	4	4	20	3,33
3	3	2	4	3	3	18	3,00
3	3	3	3	3	3	18	3,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	2	2	3	4	4	18	3,00
4	3	3	2	2	2	16	2,67
4	2	2	3	2	4	17	2,83
3	2	3	3	3	3	14	2,33
4	3	3	3	3	2	18	3,00
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	1	2	3	4	3	16	2,67
4	3	2	3	4	4	20	3,33
4	2	2	3	3	3	17	2,83
4	3	3	3	3	3	19	3,17
4	3	3	4	4	4	22	3,67
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	2	4	3	3	3	18	3,00
3	2	3	3	2	3	16	2,67
4	3	4	4	3	4	22	3,67
4	2	2	3	4	4	19	3,17
4	1	3	4	4	4	20	3,33
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	4	3	4	23	3,83
2	2	3	3	4	4	14	2,33
3	2	3	3	3	4	18	3,00
3	1	2	3	3	3	15	2,50
4	3	3	3	3	4	20	3,33
3	2	1	3	3	4	16	2,67
3	3	3	3	4	4	20	3,33
3	4	3	3	3	4	20	3,33

3	2	2	3	4	4	18	3,00
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	3	3	3	3	3	18	3,00
4	2	3	4	4	2	19	3,17
4	3	4	4	3	4	22	3,67
4	2	3	3	4	4	20	3,33
4	3	3	4	4	4	22	3,67
3	3	3	3	3	4	19	3,17
3	3	3	2	3	4	18	3,00
4	2	3	4	3	4	20	3,33
3	2	3	2	2	3	15	2,50
4	2	3	4	4	4	21	3,50
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	2	3	3	3	4	18	3,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	3	4	4	4	21	3,50
4	3	2	2	2	4	17	2,83
3	2	3	3	3	4	18	3,00
4	2	3	4	3	3	19	3,17
4	4	3	3	4	3	21	3,50
4	2	2	2	4	4	18	3,00
4	4	3	4	4	4	23	3,83
2	2	2	4	3	3	16	2,67
4	1	2	3	4	4	18	3,00
4	3	3	4	4	3	21	3,50
4	2	2	3	3	4	18	3,00
3	3	3	2	3	4	18	3,00
4	3	2	4	4	4	21	3,50
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	3	3	3	3	4	20	3,33
3	2	2	3	3	2	15	2,50
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	3	4	4	4	23	3,83

4	2	2	4	4	4	20	3,33
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	2	3	4	4	19	3,17
3	2	3	4	3	4	19	3,17
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	3	3	3	4	4	20	3,33
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	3	2	4	4	1	17	2,83
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	3	4	4	4	23	3,83
4	3	3	2	4	4	20	3,33
3	2	3	3	3	4	18	3,00
4	3	3	4	4	4	22	3,67
2	1	3	3	3	3	15	2,50
3	3	3	3	4	3	19	3,17
4	4	3	2	3	4	20	3,33
3	3	4	3	4	3	20	3,33
3	3	2	3	4	4	19	3,17
4	4	4	4	3	3	22	3,67
4	3	4	4	4	4	23	3,83
4	3	2	4	3	1	17	2,83
3	1	3	3	3	4	17	2,83
3	1	3	3	3	3	16	2,67

<i>Discomfort</i>							
DIS 1	DIS 2	DIS 3	DIS 4	DIS 5	DIS 6	Tot DIS	Mean
3	2	3	3	3	3	17	2,83
2	3	2	3	1	2	13	2,17
4	4	4	4	3	4	23	3,83
3	2	3	3	2	3	16	2,67
3	4	3	2	3	3	18	3,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	4	4	3	2	3	19	3,17
3	3	3	3	3	3	18	3,00
4	4	1	1	3	3	16	2,67

1	1	2	3	1	2	10	1,67
2	2	2	2	3	3	14	2,33
3	3	3	4	2	3	18	3,00
3	3	4	3	2	3	18	3,00
2	2	3	3	2	3	15	2,50
2	2	2	2	3	2	13	2,17
1	2	3	2	2	2	12	2,00
1	1	3	2	4	2	13	2,17
2	4	4	2	1	2	15	2,50
1	1	1	2	1	2	8	1,33
2	3	3	2	2	3	15	2,50
2	3	3	4	4	3	19	3,17
3	2	2	3	2	3	15	2,50
1	2	3	3	3	3	15	2,50
2	3	4	3	3	4	19	3,17
2	3	3	2	2	3	15	2,50
2	3	3	3	3	3	17	2,83
2	2	2	3	2	3	14	2,33
3	3	4	3	2	2	17	2,83
1	4	4	1	1	4	15	2,50
1	1	3	2	2	3	12	2,00
3	3	2	3	2	3	16	2,67
3	2	4	4	1	4	18	3,00
1	1	2	4	2	3	13	2,17
1	1	1	1	2	3	9	1,50
4	3	3	2	2	3	17	2,83
1	4	1	1	1	1	9	1,50
3	2	3	3	2	3	16	2,67
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	2	3	4	2	3	16	2,67
3	1	3	2	2	3	14	2,33
1	1	2	3	1	3	11	1,83
2	2	4	4	3	4	19	3,17
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	2	2	3	2	3	14	2,33
4	4	4	4	4	3	23	3,83

1	2	3	2	1	3	12	2,00
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	2	2	3	3	3	16	2,67
2	2	3	3	2	3	15	2,50
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	2	2	2	2	14	2,33
2	2	2	3	2	3	14	2,33
2	3	3	3	3	3	17	2,83
2	3	2	2	2	2	13	2,17
3	2	3	2	2	3	15	2,50
3	2	2	2	2	2	13	2,17
3	2	3	3	3	3	17	2,83
3	2	2	2	2	3	14	2,33
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	4	4	3	2	3	18	3,00
2	2	2	2	3	3	14	2,33
4	2	4	4	4	4	22	3,67
1	4	3	2	1	2	13	2,17
1	1	3	3	1	1	10	1,67
4	1	1	2	1	4	13	2,17
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	3	3	4	2	4	18	3,00
3	3	3	3	2	4	18	3,00
2	3	3	2	2	3	15	2,50
3	2	3	3	2	2	15	2,50
2	1	3	2	1	2	11	1,83
2	2	2	2	3	3	14	2,33
3	3	3	3	1	3	16	2,67
2	2	1	2	4	3	14	2,33
2	3	3	3	3	3	17	2,83
2	3	3	3	2	3	16	2,67
1	4	3	2	1	4	15	2,50
2	2	2	2	3	3	14	2,33
1	4	2	4	4	3	18	3,00
2	4	4	1	1	4	16	2,67
3	4	3	3	2	3	18	3,00

4	3	2	3	3	3	18	3,00
1	3	2	3	1	3	13	2,17
2	2	2	3	2	3	14	2,33
2	2	2	2	4	3	15	2,50
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	4	4	2	1	3	16	2,67
3	3	3	3	3	3	15	2,50
3	3	2	2	2	2	14	2,33
3	3	3	3	3	3	18	3,00
2	2	2	3	2	3	14	2,33
2	1	2	2	2	3	12	2,00
1	3	2	2	3	3	14	2,33
3	3	2	3	2	2	15	2,50
2	3	3	3	2	3	16	2,67
3	3	3	4	3	4	20	3,33
1	2	3	2	2	2	12	2,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	4	4	4	4	4	23	3,83
3	2	4	3	2	3	17	2,83
3	4	4	4	3	4	22	3,67
2	2	2	2	2	2	12	2,00
4	3	4	3	4	3	21	3,50
4	1	4	2	1	4	16	2,67
4	3	3	4	4	3	21	3,50
2	2	3	2	2	2	13	2,17
2	4	3	3	3	3	18	3,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	3	1	2	2	4	14	2,33
1	4	2	3	2	3	15	2,50
2	3	3	3	2	3	16	2,67
1	3	4	3	2	3	16	2,67
2	3	3	3	2	3	16	2,67
1	3	2	2	3	4	15	2,50
2	2	2	3	2	3	14	2,33
3	2	3	2	2	3	15	2,50
1	1	3	2	1	2	10	1,67

2	2	3	2	1	2	12	2,00
3	2	2	2	1	3	13	2,17
4	4	4	2	4	4	22	3,67
3	3	2	3	3	3	17	2,83
1	3	2	4	2	3	15	2,50
3	3	3	2	2	3	16	2,67
2	3	4	3	2	2	16	2,67
2	3	2	3	2	3	15	2,50
3	3	3	2	2	2	15	2,50
3	3	3	3	2	3	17	2,83
3	3	3	2	4	4	19	3,17
2	2	2	3	1	3	13	2,17
1	3	3	2	3	1	13	2,17
4	2	3	2	3	3	17	2,83
2	2	2	3	2	3	14	2,33

Insecurity

INS 1	INS 2	INS 3	INS 4	INS 5	INS 6	Tot. INS	Mean
2	1	3	3	3	3	15	2,50
2	2	3	4	4	3	18	3,00
3	3	3	4	4	4	21	3,50
4	3	4	3	4	1	19	3,17
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	2	3	3	3	2	16	2,67
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	2	2	2	2	1	12	2,00
4	3	3	2	4	1	17	2,83
3	2	2	2	4	2	15	2,50
3	3	3	3	3	1	16	2,67
2	3	3	2	3	3	16	2,67
2	3	3	3	3	2	16	2,67
3	3	3	3	3	2	17	2,83
2	4	4	3	3	2	18	3,00
4	4	4	4	4	3	23	3,83

4	4	4	4	4	1	21	3,50
1	1	1	4	4	1	12	2,00
4	4	4	3	3	2	20	3,33
3	3	4	3	4	3	20	3,33
3	3	4	3	3	2	18	3,00
2	2	3	3	4	2	16	2,67
3	4	4	4	4	2	21	3,50
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	4	4	4	3	4	22	3,67
3	3	3	3	3	3	18	3,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	4	4	1	21	3,50
3	3	3	3	3	2	17	2,83
3	4	4	4	3	2	20	3,33
2	4	4	3	4	1	18	3,00
3	2	3	4	3	1	16	2,67
3	3	3	3	3	2	17	2,83
3	3	3	4	4	3	20	3,33
1	1	4	4	4	1	15	2,50
3	3	3	3	3	2	17	2,83
4	4	4	4	4	4	24	4,00
2	3	3	4	4	1	17	2,83
4	3	4	3	3	1	18	3,00
3	2	3	3	3	2	16	2,67
3	4	4	4	3	2	20	3,33
4	4	4	4	4	4	24	4,00
3	3	3	3	3	2	17	2,83
3	3	3	3	3	3	18	3,00
2	3	3	1	4	1	14	2,33
3	3	3	3	3	2	17	2,83
3	3	3	3	3	3	18	3,00
4	4	4	4	4	2	22	3,67
3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	3	3	3	2	17	2,83
3	3	3	3	3	2	17	2,83
3	3	3	3	3	3	18	3,00

3	1	1	3	3	1	12	2,00
3	2	3	3	4	2	17	2,83
3	3	4	3	4	2	19	3,17
4	3	4	3	4	2	20	3,33
3	3	4	3	4	1	18	3,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	3	4	3	4	2	20	3,33
2	2	3	4	4	2	17	2,83
4	4	4	4	4	1	21	3,50
2	4	4	3	4	2	19	3,17
4	3	4	4	4	1	20	3,33
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	3	4	3	22	3,67
4	3	4	4	4	4	19	3,17
3	4	4	4	4	2	21	3,50
3	3	4	4	4	2	20	3,33
3	2	3	2	2	3	15	2,50
3	3	2	2	2	2	12	2,00
3	2	4	3	3	2	17	2,83
3	3	4	3	3	2	18	3,00
3	3	3	3	4	2	18	3,00
3	4	4	4	3	3	21	3,50
3	3	3	3	3	2	17	2,83
4	3	4	3	3	4	21	3,50
3	4	3	3	4	2	19	3,17
3	4	4	4	3	3	21	3,50
3	4	4	4	4	1	20	3,33
2	3	4	4	4	2	19	3,17
4	4	4	4	4	2	22	3,67
4	3	4	3	4	1	19	3,17
3	2	4	4	3	2	18	3,00
4	4	4	4	4	3	23	3,83
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	3	4	4	4	1	20	3,33
4	3	3	3	3	3	19	3,17
3	3	3	3	3	2	17	2,83

3	3	3	3	3	3	18	3,00
3	3	3	3	3	2	17	2,83
3	2	3	3	3	2	16	2,67
3	3	4	3	3	2	18	3,00
2	3	4	2	3	2	16	2,67
3	4	4	4	4	2	21	3,50
2	4	4	4	4	3	21	3,50
3	4	4	4	3	3	21	3,50
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	4	4	3	23	3,83
4	4	4	4	4	2	22	3,67
3	2	4	3	3	2	17	2,83
2	2	2	2	3	3	14	2,33
2	3	4	2	4	1	14	2,33
3	4	4	4	4	1	20	3,33
3	3	2	2	3	2	15	2,50
3	4	3	4	3	3	20	3,33
4	4	4	4	4	4	24	4,00
4	4	4	4	4	1	21	3,50
4	4	4	3	4	1	20	3,33
3	3	3	3	3	2	17	2,83
4	4	3	3	3	2	19	3,17
3	4	4	3	4	2	20	3,33
4	4	4	3	3	2	20	3,33
3	4	4	4	4	1	20	3,33
3	3	3	3	3	2	17	2,83
3	3	4	3	4	1	18	3,00
4	2	3	3	4	1	17	2,83
4	3	2	4	4	1	18	3,00
4	4	4	4	3	2	21	3,50
4	4	4	3	4	4	23	3,83
3	3	4	3	4	2	19	3,17
4	4	4	4	4	2	22	3,67
3	4	4	4	3	1	19	3,17
4	4	3	4	4	2	21	3,50

2	3	2	4	4	2	17	2,83
4	3	4	2	3	1	17	2,83
2	2	3	3	4	2	16	2,67
4	3	4	3	4	2	20	3,33
3	2	3	3	3	1	15	2,50
2	3	3	3	3	2	16	2,67
3	3	3	3	3	2	17	2,83

<i>Perceived Ease of Use</i>					
PEOU 1	PEOU 2	PEOU 3	PEOU 4	Tot. PEOU	Mean
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	4	4	4	15	3,75
3	3	3	3	12	3,00
2	2	4	4	12	3,00
3	3	2	3	11	2,75

3	3	3	2	11	2,75
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
2	2	2	3	9	2,25
4	4	4	4	16	4,00
3	4	4	4	15	3,75
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	3	4	15	3,75
4	4	3	4	15	3,75
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
3	4	3	3	13	3,25
3	3	4	4	14	3,50
3	3	3	3	12	3,00
3	4	4	4	15	3,75
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	4	4	4	15	3,75
4	3	3	4	14	3,50
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	3	4	15	3,75
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	3	4	4	15	3,75

3	3	3	4	13	3,25
4	4	4	4	16	4,00
4	4	3	4	15	3,75
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	4	13	3,25
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	4	13	3,25
4	4	4	4	16	4,00
4	4	3	3	14	3,50
4	4	4	4	16	4,00
4	4	3	4	15	3,75
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	4	4	14	3,50
4	4	4	4	16	4,00
4	4	3	3	14	3,50
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	4	13	3,25
4	4	4	4	16	4,00

4	3	3	4	14	3,50
4	4	4	4	16	4,00
2	2	2	2	8	2,00
4	4	4	4	16	4,00
4	3	4	4	15	3,75
4	4	4	4	16	4,00
2	4	2	2	10	2,50
4	4	4	4	16	4,00
3	1	3	4	11	2,75
2	3	3	2	10	2,50
2	2	2	3	9	2,25
4	4	4	4	16	4,00
4	3	4	4	15	3,75
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
3	4	4	4	15	3,75
4	4	4	4	16	4,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	3	3	3	13	3,25
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	4	4	4	16	4,00
3	4	3	3	13	3,25
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
4	4	4	4	16	4,00
3	3	2	4	12	3,00
3	3	3	3	12	3,00
4	3	3	3	13	3,25

<i>Perceived Usefulness</i>						
PU 1	PU 2	PU 3	PU 4	PU 5	Tot. PU	Mean
3	3	3	4	3	16	4,00
4	4	4	5	4	21	5,25
3	4	3	5	3	18	4,50
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	4	3	16	4,00
3	3	3	4	3	16	4,00
4	1	1	1	3	10	2,50
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
3	2	3	3	3	14	3,50
4	3	3	3	3	16	4,00
3	3	3	3	3	15	3,75
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	3	3	4	3	17	4,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	4	4	20	5,00
3	3	3	4	3	16	4,00
4	4	4	5	4	21	5,25
4	2	2	3	3	14	3,50
3	3	3	4	3	16	4,00
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	3	3	15	3,75
3	2	3	3	1	12	3,00
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	2	3	3	3	15	3,75
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25

3	3	3	3	3	15	3,75
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	4	3	16	4,00
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	4	3	16	4,00
4	3	4	4	4	19	4,75
3	3	3	4	4	17	4,25
4	3	3	4	4	18	4,50
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	4	3	16	4,00
4	2	2	4	4	16	4,00
3	3	4	5	4	19	4,75
3	3	3	3	3	15	3,75
4	2	3	4	3	16	4,00
4	4	4	4	3	19	4,75
3	3	3	4	3	16	4,00
3	3	3	3	3	15	3,75
3	3	3	4	3	16	4,00
4	3	3	4	4	18	4,50
4	3	3	2	4	16	4,00
3	3	3	3	3	15	3,75
4	3	3	4	3	17	4,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	3	3	4	2	16	4,00
3	4	3	5	3	18	4,50
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	3	3	5	3	18	4,50
4	3	3	4	3	17	4,25
3	3	3	3	3	15	3,75
3	3	2	4	3	15	3,75

4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	4	3	16	4,00
4	4	3	4	3	18	4,50
4	4	4	5	4	21	5,25
4	3	3	4	3	17	4,25
3	3	3	3	3	15	3,75
4	4	4	5	4	21	5,25
4	3	3	4	4	18	4,50
4	4	3	4	3	18	4,50
4	4	4	5	4	21	5,25
4	3	3	4	3	17	4,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	2	2	4	4	16	4,00
3	3	3	4	3	16	4,00
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	4	4	4	18	4,50
3	3	3	4	3	16	4,00
3	3	3	3	3	15	3,75
4	4	3	3	3	17	4,25
4	4	4	4	4	20	5,00
2	3	3	4	3	15	3,75
4	3	3	5	4	19	4,75
4	3	3	4	3	17	4,25
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	4	5	4	19	4,75
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	2	2	3	15	3,75
4	4	3	4	4	19	4,75
4	3	3	3	4	17	4,25
4	4	4	5	4	21	5,25
2	2	2	4	3	13	3,25
4	1	1	5	4	15	3,75
3	4	2	3	3	15	3,75

3	2	2	2	3	12	3,00
3	3	3	4	3	16	4,00
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	3	3	15	3,75
4	2	3	5	4	18	4,50
4	4	4	4	4	20	5,00
4	2	3	5	4	18	4,50
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	3	3	15	3,75
4	4	3	3	4	18	4,50
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	3	5	4	20	5,00
4	4	4	5	4	21	5,25
3	3	3	4	3	16	4,00
4	4	3	4	4	19	4,75
3	2	2	3	3	13	3,25
3	3	3	4	3	16	4,00
4	3	3	4	3	17	4,25
4	3	3	4	3	17	4,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	4	4	5	4	21	5,25
4	1	4	4	2	15	3,75
4	4	4	5	4	21	5,25
3	2	2	3	3	13	3,25

Minat Penggunaan				
MP 1	MP 2	MP 3	Tot. MP	Mean
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00

4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	4	10	3,33
3	3	3	9	3,00
3	4	4	11	3,67
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
2	3	3	8	2,67
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	3	2	9	3,00
4	3	4	11	3,67
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	3	11	3,67
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
2	3	2	7	2,33
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
4	4	2	10	3,33
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
4	4	3	11	3,67

4	3	3	10	3,33
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
3	3	4	10	3,33
3	3	3	9	3,00
4	4	3	11	3,67
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	4	3	10	3,33
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	3	3	10	3,33
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00

4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	3	11	3,67
4	4	4	12	4,00
4	3	3	10	3,33
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	3	3	10	3,33
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00
4	4	3	11	3,67
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	4	4	11	3,67
3	3	3	9	3,00
3	4	4	11	3,67
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	3	3	10	3,33
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
4	3	3	10	3,33
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
3	3	3	9	3,00

2	3	2	7	2,33
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	3	11	3,67
4	4	4	12	4,00
3	3	2	8	2,67
3	3	3	9	3,00
4	4	2	10	3,33
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	4	12	4,00
4	4	3	11	3,67
1	2	2	5	1,67
4	4	4	12	4,00
3	3	3	9	3,00

3. Uji Validitas
a. *Innovativeness*

Correlations

		INV1	INV2	INV3	INV4	INV5	INV6	total_INV
INV1	Pearson Correlation	1	.469**	.118	.252**	.217*	.265**	.591**
	Sig. (2-tailed)		.000	.177	.003	.012	.002	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
INV2	Pearson Correlation	.469**	1	.222*	.212*	.278**	.339**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000		.010	.014	.001	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
INV3	Pearson Correlation	.118	.222*	1	.464**	.420**	.213*	.628**
	Sig. (2-tailed)	.177	.010		.000	.000	.014	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
INV4	Pearson Correlation	.252**	.212*	.464**	1	.331**	.472**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.003	.014	.000		.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
INV5	Pearson Correlation	.217*	.278**	.420**	.331**	1	.311**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.012	.001	.000	.000		.000	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
INV6	Pearson Correlation	.265**	.339**	.213*	.472**	.311**	1	.664**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.014	.000	.000		.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
total_INV	Pearson Correlation	.591**	.665**	.628**	.679**	.665**	.664**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	133	133	133	133	133	133	133

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Optimism

Correlations

		OPT1	OPT2	OPT3	OPT4	OPT5	OPT6	tot_opt
OPT1	Pearson Correlation	1	.330**	.202*	.450**	.441**	.164	.664**
	Sig. (2-tailed)		.000	.020	.000	.000	.060	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
OPT2	Pearson Correlation	.330**	1	.474**	.305**	.181*	.082	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.037	.347	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
OPT3	Pearson Correlation	.202*	.474**	1	.348**	.121	.099	.618**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000		.000	.166	.258	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
OPT4	Pearson Correlation	.450**	.305**	.348**	1	.487**	.111	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.204	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
OPT5	Pearson Correlation	.441**	.181*	.121	.487**	1	.258**	.632**
	Sig. (2-tailed)	.000	.037	.166	.000		.003	.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
OPT6	Pearson Correlation	.164	.082	.099	.111	.258**	1	.454**
	Sig. (2-tailed)	.060	.347	.258	.204	.003		.000
	N	133	133	133	133	133	133	133
tot_opt	Pearson Correlation	.664**	.680**	.618**	.697**	.632**	.454**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	133	133	133	133	133	133	133

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. *Discomfort*

		Correlations						
		DIS1	DIS2	DIS3	DIS4	DIS5	DIS6	tot_dis
DIS1	Pearson Correlation	1	.308**	.397**	.320**	.460**	.439**	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	132	132
DIS2	Pearson Correlation	.308**	1	.404**	.260**	.354**	.345**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	132	132
DIS3	Pearson Correlation	.397**	.404**	1	.392**	.288**	.380**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	132	132
DIS4	Pearson Correlation	.320**	.260**	.392**	1	.406**	.359**	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	132	132
DIS5	Pearson Correlation	.460**	.354**	.288**	.406**	1	.381**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000		.000	.000
	N	133	133	133	133	133	132	132
DIS6	Pearson Correlation	.439**	.345**	.380**	.359**	.381**	1	.675**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	132	132	132	132	132	132	132
tot_dis	Pearson Correlation	.723**	.660**	.684**	.651**	.713**	.675**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	132	132	132	132	132	132	132

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

d. *Insecurity*

		Correlations						
		INS1	INS2	INS3	INS4	INS5	INS6	tot_ins
INS1	Pearson Correlation	1	.473**	.362**	.232**	.194*	.187*	.625**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.026	.031	.000
	N	133	133	132	132	133	133	131
INS2	Pearson Correlation	.473**	1	.620**	.432**	.290**	.306**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	133	133	132	132	133	133	131
INS3	Pearson Correlation	.362**	.620**	1	.419**	.355**	.167	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.055	.000
	N	132	132	132	131	132	132	131
INS4	Pearson Correlation	.232**	.432**	.419**	1	.474**	.248**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000		.000	.004	.000
	N	132	132	131	132	132	132	131
INS5	Pearson Correlation	.194*	.290**	.355**	.474**	1	.035	.524**
	Sig. (2-tailed)	.026	.001	.000	.000		.689	.000
	N	133	133	132	132	133	133	131
INS6	Pearson Correlation	.187*	.306**	.167	.248**	.035	1	.573**
	Sig. (2-tailed)	.031	.000	.055	.004	.689		.000
	N	133	133	132	132	133	133	131
tot_ins	Pearson Correlation	.625**	.805**	.724**	.676**	.524**	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	131	131	131	131	131	131	131

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

e. *Perceived ease to use*

		Correlations				
		PEOU1	PEOU2	PEOU3	PEOU4	tot_peou
PEOU1	Pearson Correlation	1	.762**	.724**	.733**	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133
PEOU2	Pearson Correlation	.762**	1	.709**	.603**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133
PEOU3	Pearson Correlation	.724**	.709**	1	.775**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	133	133	133	133	133
PEOU4	Pearson Correlation	.733**	.603**	.775**	1	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	133	133	133	133	133
tot_peou	Pearson Correlation	.907**	.870**	.903**	.871**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	133	133	133	133	133

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

f. *Perceived of Usefulness*

		Correlations					
		PEU1	PEU2	PEU3	PEU4	PEU5	tot_peu
PEU1	Pearson Correlation	1	.413**	.459**	.431**	.590**	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	133
PEU2	Pearson Correlation	.413**	1	.748**	.594**	.564**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	133
PEU3	Pearson Correlation	.459**	.748**	1	.729**	.562**	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	133	133	133	133	133	133
PEU4	Pearson Correlation	.431**	.594**	.729**	1	.638**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	133	133	133	133	133	133
PEU5	Pearson Correlation	.590**	.564**	.562**	.638**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	133	133	133	133	133	133
tot_peu	Pearson Correlation	.662**	.835**	.879**	.865**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	133	133	133	133	133	133

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

g. *Minat Pengguna*

		Correlations			
		MP1	MP2	MP3	tot_mp
MP1	Pearson Correlation	1	.829**	.663**	.910**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	133	133	133	133
MP2	Pearson Correlation	.829**	1	.758**	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	133	133	133	133
MP3	Pearson Correlation	.663**	.758**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	133	133	133	133
tot_mp	Pearson Correlation	.910**	.938**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	133	133	133	133

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Uji Reliabilitas

a. *Optimism*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.680	6

b. *Innovativeness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.722	.725	6

c. *Discomfort*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	6

d. *Insecurity*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	6

e. *Perceived ease to use*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	4

f. *Perceived of usefulness*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	5

g. Minat pengguna

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.895	3

5. Uji Normalitas

a. Uji Normalitas PEOU

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66832958
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.057
	Negative	-.058
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

b. Uji Normalitas PEU

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.38250409
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.037
	Negative	-.052
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

c. Uji Normalitas MP

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.94346829
Most Extreme Differences	Absolute	.119
	Positive	.091
	Negative	-.112
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

6. Uji Multikolinearitas

a. PEOU

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.001	1.405		2.848	.005		
	tot_inv	.145	.061	.208	2.368	.019	.676	1.479
	tot_opt	.353	.072	.428	4.930	.000	.689	1.451
	tot_dis	-.167	.052	-.288	-3.212	.002	.648	1.542
	tot_ins	.173	.064	.234	2.688	.008	.686	1.458

a. Dependent Variable: tot_peou

b. PEU

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.519	2.006		2.751	.007		
	tot_inv	.218	.088	.231	2.491	.014	.676	1.479
	tot_opt	.383	.102	.344	3.744	.000	.689	1.451
	tot_dis	-.112	.074	-.143	-1.513	.133	.648	1.542
	tot_ins	.165	.092	.166	1.800	.074	.686	1.458

a. Dependent Variable: tot_peu

c. MP

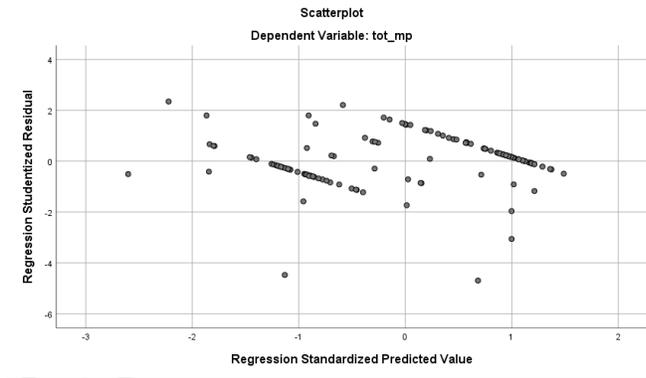
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.092	.618		3.384	.001		
	tot_peou	.290	.059	.389	4.960	.000	.496	2.016
	tot_peu	.247	.043	.450	5.741	.000	.496	2.016

a. Dependent Variable: tot_mp

7. Uji Heteroskedastisitas

a. MP



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4.037	.792		5.095	.000
	tot_inv	-.104	.034	-.310	-3.021	.053
	tot_opt	-.077	.043	-.196	-1.816	.072
	tot_dis	.058	.029	.207	1.954	.053
	tot_ins	-.033	.036	-.094	-.922	.358
	tot_peou	-.037	.062	-.078	-.603	.548
	tot_peu	.048	.043	.135	1.100	.274

a. Dependent Variable: Abs_RES

8. Uji-F

a. PEOU

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	192.828	4	48.207	16.783	.000 ^b
	Residual	359.049	125	2.872		
	Total	551.877	129			

a. Dependent Variable: tot_peou

b. Predictors: (Constant), tot_ins, tot_inv, tot_opt, tot_dis

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.625	.607	.96621

a. Predictors: (Constant), tot_peu, tot_dis, tot_inv, tot_ins, tot_opt, tot_peou

b. PEU

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	276.677	4	69.169	11.808	.000 ^b
	Residual	732.246	125	5.858		
	Total	1008.923	129			

a. Dependent Variable: tot_peu

b. Predictors: (Constant), tot_ins, tot_inv, tot_opt, tot_dis

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.524 ^a	.274	.251	2.42032

a. Predictors: (Constant), tot_ins, tot_inv, tot_opt, tot_dis



c. MP

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	191.450	6	31.908	34.179	.000 ^b
	Residual	114.827	123	.934		
	Total	306.277	129			

a. Dependent Variable: tot_mp

b. Predictors: (Constant), tot_peu, tot_dis, tot_inv, tot_ins, tot_opt, tot_peou

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.791 ^a	.625	.607	.96621

a. Predictors: (Constant), tot_peu, tot_dis, tot_inv, tot_ins, tot_opt, tot_peou

4. Uji-T

a. PEOU

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.001	1.405		2.848	.005
	tot_inv	.145	.061	.208	2.368	.019
	tot_opt	.353	.072	.428	4.930	.000
	tot_dis	-.167	.052	-.288	-3.212	.002
	tot_ins	.173	.064	.234	2.688	.008

a. Dependent Variable: tot_peou

b. PEU

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.519	2.006		2.751	.007
	tot_inv	.218	.088	.231	2.491	.014
	tot_opt	.383	.102	.344	3.744	.000
	tot_dis	-.112	.074	-.143	-1.513	.133
	tot_ins	.165	.092	.166	1.800	.074

a. Dependent Variable: tot_peu

c. MP

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.552	.831		1.866	.064
	tot_inv	.003	.036	.007	.097	.923
	tot_opt	.095	.045	.155	2.128	.035
	tot_dis	-.004	.031	-.009	-.121	.904
	tot_ins	-.027	.038	-.049	-.715	.476
	tot_peou	.237	.065	.318	3.642	.000
	tot_peu	.243	.046	.441	5.331	.000

a. Dependent Variable: tot_mp